

**Das Medienangebot
für die ausländischen Arbeitnehmer
in der
Bundesrepublik Deutschland**

von

Mehmet AKTAN

München 1979



Digitized by the Internet Archive
in 2026

DAS MEDIENANGEBOT FÜR DIE AUSLÄNDISCHEN ARBEITNEHMER
IN DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND

Untersucht am Beispiel türkischsprachiger
Zeitungen und Hörfunksendungen

Inaugural-Dissertation
zur Erlangung des Doktorgrades
der Philosophischen Fakultät
der Ludwig Maximilians-Universität zu München

vorgelegt von
Mehmet AKTAN
aus der Türkei

München 1979

Referent: Prof. Dr. Dr. Otto B. Roegele

Korreferent: Prof. Dr. Dr. Franz Schneider

Tag der mündlichen Prüfung: 20. Juli 1984

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
EINLEITUNG	1
1. ARBEITSKRÄFTEWANDERUNG AUS DER TÜRKFEI IN DIE BRD	4
1.1. Die Entwicklung und die Folgen der Beschäftigung ausländischer Arbeitnehmer seit den 50er Jahren in der BRD	4
1.1.1. Die Arbeitskräftewanderung in die BRD	4
1.1.2. Die Folgen der Arbeitskräftewanderung für die BRD	6
1.1.3. Modelle der Ausländerbeschäftigung in der BRD	8
1.1.3.1. Statt Import von Arbeitskräften Export von Arbeitsplätzen	9
1.1.3.2. Ausländerbeschäftigung als Entwicklungshilfe	9
1.1.3.3. Das Einwanderungsmodell	10
1.1.3.4. Das Rotationsmodell	10
1.1.3.5. Solidarität der Arbeitnehmerschaft	11
1.1.3.6. Integrationsmodell	11
1.1.4. Die aktuelle Situation der Ausländerbeschäftigung in der BRD	16
1.2. Die Entwicklung und die Folgen der Arbeitskräftewanderung für die Türkei	18
1.2.1. Der Beginn und die Entwicklung der Arbeitskräftewanderung	18
1.2.2. Die Folgen der Arbeitskräftewanderung für die Türkei	19
1.3. Situation und sozioökonomische Eigenschaften der türkischen Arbeitnehmer in der BRD	23
1.3.1. Allgemeine Probleme der türkischen Arbeitnehmer in der BRD	24
1.3.2. Die sozioökonomischen Eigenschaften der türkischen Arbeitnehmer in der BRD	25

	Seite
1.3.2.1.	Wanderungsmotive 25
1.3.2.2.	Herkunftsort 26
1.3.2.3.	Geschlechts- und Altersstruktur, Familienverhältnisse 26
1.3.2.4.	Wohnsituation 27
1.3.2.5.	Haupttätigkeitsbereich, beruf- liche Stellung, Einkommen und Sparverhalten 28
1.3.2.6.	Schulbildung 29
1.3.2.7.	Sprachkenntnisse und Kontaktmög- lichkeiten 29
1.3.2.8.	Gewerkschaftsmitgliedschaft, po- litische, ökonomische, religiöse Vorstellungen 30
1.3.2.9.	Verweildauer und Rückkehrwünsche 33
1.3.3.	Zweite Generation 34
2.	MEDIENANGEBOT FÜR DIE TÜRKISCHEN ARBEITNEHMER IN DER BRD UND DIE MEDIENNUTZUNG 36
2.1.	Die Funktionen des Medienangebotes für die ausländischen Arbeitnehmer in der BRD 36
2.1.1.	Herstellung eines gegenseitigen Verständnisses 36
2.1.1.1.	Zur Herstellung eines gegenseitigen Verständnisses in der deut- schen Presse 38
2.1.2.	Die Doppelfunktion des Medienan- gebotes 42
2.1.3.	Integrationshilfe 44
2.1.4.	Künftige Aufgaben 46
2.1.4.1.	Betreuung der zweiten Generation 46
2.1.4.2.	Rückkehrhilfe 47
2.2.	Das Medienangebot für die türki- schen Arbeitnehmer in der BRD 50
2.2.1.	Das allgemeine Medienangebot in der Türkei und dessen Zugänglich- keit für die türkischen Arbeitneh- mer in der BRD 51

	Seite
2.2.1.1.	Der Hörfunk 51
2.2.1.2.	Das Fernsehen 52
2.2.1.3.	Zeitungen/Zeitschriften 53
2.2.1.4.	Das Buch, Schallplatten und Musikkassetten 58
2.2.1.5.	Türkische Filme 59
2.2.2.	Das von der türkischen Seite speziell für die türkischen Ar- beitnehmer in der BRD produzier- te Medienangebot 61
2.2.3.	Das allgemeine Medienangebot in der BRD und dessen Zugänglich- keit für die türkischen Arbeitneh- mer in der BRD 63
2.2.4.	Das von der deutschen Seite spe- ziell für die türkischen Arbeit- nehmer produzierte Medienangebot 64
2.2.4.1.	Hörfunksendungen 64
2.2.4.2.	Fernsehprogramme 65
2.2.4.3.	Zeitungen/Zeitschriften 66
2.2.5.	Das sonstige Medienangebot für die türkischen Arbeitnehmer in der BRD 72
2.3.	Die Mediennutzung der ausländi- schen (insbesondere türkischen) Arbeitnehmer in der BRD 73
2.3.1.	Stellenwert der Mediennutzung als Freizeitbeschäftigung der auslän- dischen Arbeitnehmer in der BRD 74
2.3.1.1.	Freizeit und die freizeitbestim- menden Komponenten allgemein 74
2.3.1.2.	Freizeitbeschäftigungen der aus- ländischen Arbeitnehmer in der BRD 76
2.3.2.	Die Mediennutzung der ausländischen (insbesondere türkischen) Arbeit- nehmer in der BRD 79
2.3.2.1.	Die bestimmenden Komponenten der Mediennutzung von ausländischen Arbeitnehmern 79
2.3.2.2.	Mediennutzung 81

3.	DIE SPEZIELLEN HÖRFUNKSENDUNGEN FÜR DIE TÜRKISCHEN ARBEITNEHMER UND DIE IN DER BRD ERSCHIEDENEN TÜRKISCHEN TAGESZEITUNGEN	87
3.1.	"Türkiye'nin sesi" die spezielle Hörfunksendung der türkischen Rundfunkanstalt "TRT"	87
3.1.1.	Zur Entwicklung der Sendungen	87
3.1.2.	Richtlinien der Sendungen	88
3.1.3.	Inhalt der Sendungen	89
3.1.3.1.	Programmsparten	89
3.1.3.2.	Schwerpunkt der Sendungen - Analyse der Programme	91
3.1.4.	Nutzung der Sendungen	95
3.1.5.	Auswertung der Hörerpost	96
3.1.5.1.	Herkunftsland der Hörerbriefe	97
3.1.5.2.	Inhalt der Hörerbriefe	98
3.2.	"Türkler için yayın" das türki- sche ARD-Gemeinschaftsprogramm- Hörfunksendung der deutschen Hör- funkanstalten	102
3.2.1.	Zur Entwicklung der Sendungen	102
3.2.2.	Organisation der Redaktion	105
3.2.3.	Programmgestaltung	106
3.2.4.	Richtlinien der Sendungen	109
3.2.5.	Analyse des türkischen ARD-Ge- meinschaftsprogrammes	110
3.2.5.1.	Analysematerial und Zeitraum	110
3.2.5.2.	Inhaltskategorien	113
3.2.5.3.	Die Ergebnisse	
3.2.6.	Nutzung der Sendungen	118
3.2.7.	Die Problematik des ARD-Gemein- schaftsprogrammes	120
3.2.7.1.	Technische Unzulänglichkeiten	120
3.2.7.2.	Politische Problematik der Sendungen	121
3.2.7.3.	Redaktionelle Probleme	123

	Seite
3.2.7.4.	Das Repräsentationsproblem der ausländischen Arbeitnehmer 124
3.3.	Die in der BRD erscheinenden türkischen Zeitungen 125
3.3.1.	Zur Entwicklung des türkischen Zeitungsmarktes in der BRD 125
3.3.2.	In der BRD für die türkischen Arbeitnehmer gedruckte Zeitungen 128
3.3.3.	Die analysierten türkischen Zeitungen 131
3.3.3.1.	Mediadaten der analysierten türkischen Zeitungen 131
3.3.3.2.	Organisation der Redaktionen 133
3.3.3.3.	Situation der Journalisten 135
3.3.3.4.	Die publizistischen Vorstellungen und besonderen Tätigkeiten der Redaktionen 136
3.3.4.	Die Nutzung der in der BRD erscheinenden türkischen Zeitungen 138
3.3.5.	Inhaltsanalyse der in der BRD erscheinenden vier türkischen Zeitungen 139
3.3.5.1.	Zur Methode 139
3.3.5.1.1.	Inhaltsanalyse allgemein 139
3.3.5.2.	Allgemeines Vorgehen der Analyse 142
3.3.5.2.1.	Untersuchungsziel und die Arbeitshypothesen 142
3.3.5.2.2.	Bestimmung des analysierten Materials und der Untersuchungseinheiten 144
3.3.5.2.3.	Kategorien der Analyse 147
3.3.5.2.3.1.	Quelle 148
3.3.5.2.3.2.	Inhaltskategorien 148
3.3.5.2.3.3.	Funktional Kategorien 152
3.3.5.2.3.4.	Örtlicher Bezug 153
3.3.5.2.3.5.	Bezug auf die Gastarbeiter 155

	Seite
3.3.5.2.3.6. Formalkategorien	157
3.3.5.2.3.7. Kategorien für Anzeigen	159
3.3.5.2.3.7.1. Themenbereiche der Anzeigen	159
3.3.5.2.3.7.2. Herkunft der Anzeigen gebenden Firmen	160
3.3.5.2.4. Datenerhebung	161
3.3.5.3. Ergebnisse	162
3.3.5.3.1. Umfang der eigenständigen Teile der Europaausgaben	162
3.3.5.3.2. Text-Anzeige Verhältnisse	163
3.3.5.3.3. Anzeigen	164
3.3.5.3.3.1. Themenbereiche der Anzeigen	164
3.3.5.3.3.2. Die nationale Herkunft der Anzeigen	166
3.3.5.3.4. Textteile	168
3.3.5.3.4.1. Anteil der jeweiligen Redaktionen bei der Gestaltung der Europaausgaben	168
3.3.5.3.4.2. Thematische Schwerpunkte der Berichterstattung	170
3.3.5.3.4.3. Örtlicher Bezug	174
3.3.5.3.4.3.1. Berichterstattung über die Heimat	176
3.3.5.3.4.3.2. Berichterstattung über die BRD	178
3.3.5.3.4.3.3. Berichterstattung über andere Gastländer	182
3.3.5.3.4.3.4. Berichterstattung über die anderen Länder	183
3.3.5.3.4.4. Stellenwert der türkischen Gastarbeiter in der Berichterstattung allgemein	184
3.3.5.3.4.5. Allgemeine Funktionen der Beiträge	185
3.3.5.3.4.6. Stellenwert der Orientierungshilfe	186
3.3.5.3.4.7. Darstellungsformen	188
3.3.5.3.4.8. Kommentare	188

VII

	Seite
3.3.5.3.4.9. Leserbriefe	189
3.3.5.4. Zusammenfassung der Ergebnisse	191
3.3.5.5. Gültigkeit der Ergebnisse	195
3.4. Schlußbemerkungen der Inhaltsanalyse	196
4. SCHLUSSBEMERKUNGEN	199
LISTE DER ANMERKUNGEN	202
LITERATURVERZEICHNIS	231
TABELLENVERZEICHNIS	242

LEBENS LAUF

EINLEITUNG

Die Anwerbung der ausländischen Arbeitnehmer zeigte bis 1972 eine kontinuierlich ansteigende Entwicklung. Seitdem herrscht eine Konsolidierungsphase und es werden Maßnahmen für die Stabilisierung der Ausländerbeschäftigung getroffen.

Die Tatsache, daß seit Jahren Millionen von ausländischen Arbeitnehmern mit sozioökonomischen Problemen in der BRD lebten, hat die Behörden und interessierte Organisationen dazu gebracht, "Gastarbeiterprobleme" zu behandeln und Lösungsmodelle zu entwickeln.

Die Diskussionen und die Bemühungen um die Probleme setzen sich fort und nun werden in besonderem Maße die Probleme der "Zweiten Generation" - Kinder der ausländischen Arbeitnehmer - aufgegriffen.

Die ausländischen Arbeitnehmer standen nicht nur als Arbeiter am Fließband, sondern waren auch Menschen, die sich in die neue fremde Umwelt einleben mußten, wozu sie Informationen und Hilfe brauchten. Schon Anfang der 60er Jahre war man sich der Gefahren der Informationslosigkeit von ausländischen Arbeitnehmern bewußt. Im Laufe der Zeit entwickelte sich ein vielfältiges und spezielles Medienangebot für die ausländischen Arbeitnehmer in der BRD. Sowohl bundesdeutsche Initiativen als auch heimatländische Stellen bemühten sich fortan um die publizistische Betreuung der ausländischen Arbeitnehmer.

Die publizistische Betreuung der ausländischen Arbeitnehmer wurde in den bisherigen Diskussionen neben den anderen Problemen vergleichsweise stiefmütterlich behandelt. Besonders unter dem Titel "Freizeitbeschäftigung" wurde die Mediennutzung der ausländischen Arbeitnehmer als ein Teilaspekt unter anderen in einigen empirischen Studien dargestellt. In anderen, welche im Auftrag der deutschen Rundfunkanstalten durchgeführt wurden, untersuchte man besonders die Nutzung der spe-

ziellen Ausländersendungen. In der neuesten Studie von der deutschen Unesco-Kommission wurden diese Sendungen erneut behandelt.

Weitere Aspekte des Themas "Gastarbeiter und Massenmedien" wurden bis jetzt nicht genügend analysiert, weswegen noch Forschungslücken in diesem Bereich bestehen. Nicht untersucht wurde bis jetzt zum Beispiel die Art und Weise der Berichterstattung über ausländische Arbeitnehmer in den deutschsprachigen Sendungen allgemein, oder die Darstellung des Deutschenbildes in den sogenannten "Gastarbeitermedien".

Ebenso wenig wurde bis jetzt die Nützlichkeit der Massenmedien für die ausländischen Arbeitnehmer in der Forschung berücksichtigt.

Diese Arbeit wird mit der Absicht abgefaßt, zum Phänomen der publizistischen Betreuung von ausländischen Arbeitnehmern in der BRD weiteres beizutragen. Es handelt sich hierbei um Inhalt und Funktion des speziellen Medienangebotes für die ausländischen Arbeitnehmer in der BRD am Beispiel des türkischen Medienangebotes.

Ausgangspunkt ist dabei die Ausländerbeschäftigung, die besonderen Funktionen des Medienangebotes für ausländische Arbeitnehmer und dessen Einsatzmöglichkeiten in der noch umstrittenen Integrationsfrage.

Da das Medienangebot für die türkischen Arbeitnehmer in der BRD ohne eine ausreichende Berücksichtigung der bisherigen Entwicklung der Arbeitskräftewanderung aus der Türkei in die BRD nicht analysiert werden kann, wird im ersten Kapitel die Arbeitskräftewanderung anhand des bisher verfügbaren Materials ausführlich dargestellt. Dieses Kapitel bringt den sozioökonomischen Hintergrund des Medienangebotes für die türkischen Arbeitnehmer in der BRD. Dabei werden die sozioökonomischen Eigenschaften der tür-

kischen Arbeitnehmer - als eine spezielle Rezipientengruppe betrachtet - anhand der empirischen Angaben dargestellt. Dieser Abschnitt ermöglicht es, die Situation der Zielgruppe und deren Bedürfnisse zu verdeutlichen.

Im zweiten Kapitel werden zunächst die bisher behandelten Funktionen des Medienangebotes für ausländische Arbeitnehmer sowie deren Einsatzmöglichkeiten bei ihrer Integration mit den einhellig vertretenen, empirisch aber noch nicht belegten Thesen abgehandelt, und dann das Medienangebot für die türkischen Arbeitnehmer in der BRD allgemein dargestellt. Anschließend wird die Mediennutzung der türkischen Arbeitnehmer nach Angaben bisheriger empirischer Studien zusammengefaßt.

Wegen der besonderen Stellung der Hörfunksendungen in der Muttersprache und der Zeitungen aus der Heimat werden im dritten Kapitel diese Medien inhaltlich analysiert.

Der wesentlichste Teil des Untersuchungsmaterials besteht aus den speziellen Hörfunksendungen der türkischen Rundfunkanstalt "TRT", den türkischen, speziellen Hörfunksendungen von der ARD und aus den türkischen Tageszeitungen, die seit Anfang der 70er Jahre in der BRD gedruckt werden. Die Analyse dieser Medien ermöglicht eine mehr oder weniger vollständige Bestandsaufnahme über das türkische Medienangebot in der BRD. Durch diese Analyse wird es auch möglich die Einsatzmöglichkeiten dieser Medien bei der Integrationsfrage zu vergleichen.

1. ARBEITSKRÄFTEWANDERUNG AUS DER TÜRKEI IN DIE BRD

1.1. Die Entwicklung und die Folgen der Beschäftigung ausländischer Arbeitnehmer seit den 50er Jahren in der BRD

1.1.1. Die Arbeitskräftewanderung in die BRD

Als Folge der unterschiedlichen industriellen Entwicklung und wirtschaftlichen Expansion in einigen europäischen Ländern - darunter besonders der BRD - begann nach dem II. Weltkrieg in den 50er Jahren eine neue Arbeitskräftewanderung aus unterentwickelten Gebieten Europas und aus unterentwickelten Ländern in die hochindustrialisierten Länder Europas. Während dieser Zeit hatte sich besonders die bundesdeutsche Wirtschaft durch die Neuordnung und schnelle Entwicklung soweit erholt, daß die eigenen Arbeitskräfte für den zunehmenden Arbeitskräftebedarf nicht mehr ausreichten, obwohl im Lande unmittelbar nach dem II. Weltkrieg eine Arbeitslosigkeit herrschte.

Die Menschenverluste der Kriegsjahre und die darauf entstandene geburtenschwache Phase sowie die Absperrungsmaßnahmen gegen die Arbeitskräfte aus der DDR und die Gründung der Bundeswehr verursachten zusätzlich einen Ausfall von Arbeitskräften. Die enorme wirtschaftliche Entwicklung in der Bundesrepublik brauchte deshalb schon in den 50er Jahren immer mehr Arbeitskräfte aus dem Ausland.

So griff die westdeutsche Industrie in verstärktem Maße auf die Möglichkeit zurück, ausländische Arbeiter ins Land zu holen.

Zur selben Zeit hatten einige Nachbarländer, besonders die Mittelmeerländer, Arbeitslosigkeit und Unterbeschäftigungsprobleme. Innerhalb kurzer Zeit begann man, Arbeitskräfte aus diesen Ländern anzuwerben. Die BRD schloß bilaterale Verträge über die Anwerbung und Vermittlung ausländischer Arbeitnehmer ab; und zwar 1955 mit Italien, 1960 mit Spa-

nien und Griechenland, 1961 mit der Türkei, 1964 mit Portugal, 1965 mit Tunesien und 1968 mit Jugoslawien. ¹⁾ Im Jahre 1963 kamen eine deutsch-marokkanische Vereinbarung über die vorübergehende Beschäftigung marokkanischer Arbeitnehmer in der Bundesrepublik und die Anwerbeverträge mit Süd-Korea und den Philippinen für den Bedarf von Krankenpflegepersonal zustande. ²⁾

Die Ausländerbeschäftigung in der Bundesrepublik zeigte eine expansive Entwicklung. Die Zahl der beschäftigten ausländischen Arbeitnehmer nahm in den folgenden Jahren schnell zu.

Tabelle 1 In der BRD beschäftigte ausländische Arbeitnehmer. ³⁾

<u>Jahr</u>	<u>Insgesamt</u>	<u>Aus- länder quote</u>	<u>Italiener</u>	<u>Griechen</u>	<u>Spanier</u>	<u>Türken</u>	<u>Portu- giesen</u>	<u>Jugos- lawen</u>
1954 Juli	72.906	0.4	6.509	548	411	-	-	1.801
1955 Juli	79.607	0.4	7.461	637	486	-	-	2.085
1956 Juli	98.818	0.5	18.597	953	698	-	-	2.297
1957 Juli	108.190	0.6	19.096	1.822	967	-	-	2.778
1958 Juli	127.083	0.6	25.609	2.838	1.494	-	-	4.846
1959 Juli	166.829	0.8	48.809	4.089	2.150	-	-	7.310
1960 Juli	279.390	1.3	121.685	13.005	9.454	2.495	261	8.826
1961 Juni	507.419	2.5	218.003	43.948	50.976	-	-	-
1962 Juni	655.463	3.2	265.928	69.146	87.327	15.381	1.421	23.608
1963 Juni	811.213	3.9	299.235	106.152	117.494	27.144	2.284	44.428
1964 Juni	932.932	4.4	289.252	143.859	144.256	69.211	3.463	53.057
1965 Juni	1.164.364	5.5	359.773	181.658	180.572	121.121	10.509	64.060
1966 Juni	1.314.031	6.2	399.154	196.247	185.336	157.978	19.802	96.675
1967 Juni	1.023.847	4.8	274.249	146.817	126.126	137.081	18.519	97.725
1968 Juni	1.014.774	4.8	287.440	136.191	111.982	139.336	18.743	99.660
1969 Juni	1.372.059	6.6	340.244	174.348	135.546	212.951	26.379	226.290
1970 Juni	1.838.859	8.6	374.981	229.379	165.854	327.985	40.222	388.953
1971 Juni	2.166.766	10.0	405.092	261.592	183.636	424.374	55.214	469.173
1972 Juni	2.316.980	10.6	422.220	264.689	183.960	497.296	63.128	471.892
1974 Juni	2.331.173	11.2	340.939	234.718	153.963	617.531	82.400	473.203
1975 Juni	2.070.735	10.3	297.079	203.623	129.817	553.217	70.520	418.745
1976 Juni	1.937.134	9.7	276.367	178.800	111.006	527.483	63.579	390.079
1977 Juni	1.888.585	9.5	281.224	162.495	100.311	517.467	60.160	377.206

1.1.2. Die Folgen der Arbeitskräftewanderung für die BRD

Die ausländischen Arbeitnehmer waren von vorneherein billige Arbeitskräfte, da die Erziehungs- und Ausbildungskosten, die bis zum Eintritt in das arbeitsfähige Alter anfallen, von den Herkunftsländern getragen wurden. Die positive Folge der Ausländerbeschäftigung war besonders auf dem Arbeitsmarkt zu sehen. Sie waren bereit "... als Ausgleich für die demographische Lücke im Inland, als Ausgleich für die Beschäftigungsschwankungen in Folge konjunktureller, struktureller und energie- wie rohstoffbedingter Engpässe und Krisen, als Ausgleich für die unzureichende Bereitschaft der Einheimischen, wenig prestigeartige, risikoreiche, chancenarme, unterwertige und kaum menschengerechte Arbeitsplätze zu akzeptieren und einzunehmen." 4)

Die Ausländerbeschäftigung brachte auch in der Rezessionszeit besondere Vorteile. In wirtschaftlichen Krisensituationen konnte man sie wieder zurückschicken und die Arbeitsplätze für die Einheimischen zurückgewinnen. Die ausländischen Arbeitnehmer hatten in den Rezessionszeiten eine Pufferfunktion. Ihre Zahlen wurden während der konjunkturellen Krisen reduziert.

Mit den Zahlungen von Beiträgen zur Rentenversicherung haben die ausländischen Arbeitnehmer die Rentenversicherungen z. T. entlastet, da sie nach ihrem Lebensalter oft nicht zu dem Personenkreis gehörten, dem Rentenleistungen zustanden.

Die Ersparnisse der ausländischen Arbeitnehmer waren andererseits neue Devisenquellen für ihre Herkunftsländer. In einer zweiten Phase brachten die Devisen wiederum Vorteile für den deutschen Außenhandel. Sie kamen nämlich als Exportgewinn in die BRD zurück. "Möglicherweise wird dieser "Bumerangeffekt" durch verstärkte industriell-technologische Kontakte zwischen den beteiligten Ländern in Ver-

bindung mit der Hin- und Rückwanderung von Arbeitskräften begünstigt." 5)

Die Arbeitskräftewanderung brachte neue außenpolitische Aspekte für die Aufnahme- und Herkunftsländer. Die Beziehungen zwischen diesen Ländern spielten sich nicht mehr nur auf Regierungsebene ab. Im Rahmen der entwickelten Beziehungen haben die deutschen Gewerkschaften auch mit den Gewerkschaften der Herkunftsländer neue Kontakte geknüpft. So wurden z. B. enge Beziehungen zwischen den DGB und der Türk-IS (Föderation der türkischen Arbeitnehmergewerkschaften) gepflegt, und zwar in Form eines Meinungsaustausches über aktuelle Probleme türkischer Arbeitnehmer in der BRD.

Mit der steigenden Zahl von ausländischen Arbeitnehmern bildete sich eine neue Minderheit in der BRD. Die "Gastarbeiter" hatten ein anderes Aussehen, andere Sitten, andere Religionen und eine andere Lebensart. Bedenken wuchsen gegen ihre Anwesenheit bei vielen deutschen Bürgern. Wegen mangelnder Kontakte, ungenügender Informationen und ihrer Schichtzugehörigkeit entstanden Vorurteile auf beiden Seiten. Sie lebten isoliert von den Deutschen in ihren subkulturellen Beziehungen.

Eine von den negativen Folgen der Isolierung war die Radikalisierung ausländischer Arbeitnehmer. FEUSER weist darauf hin, daß die Gefahr einer Beeinflussung durch radikale Organisationen und Ideologien nicht gebannt ist, solange die ausländischen Arbeitnehmer isoliert leben. 6) Und BALKE meint, daß gegen die Radikalisierung, der Anschauungsunterricht die taktvollste und unauffälligste Art einer Belehrung sei, d. h. das Vertrautmachen mit den Lebensformen dieser freiheitlichen Ordnung. 7)

Die ausländischen Arbeitnehmer sind arbeits- und sozialrechtlich den anderen Arbeitern zwar gleichgestellt, aber ihre politische Partizipation ist aus vielen Gründen noch nicht realisiert. Denn die Ausgangspunkte der Ausländer-

beschäftigung, nämlich daß die BRD kein Einwanderungsland ist, und die Situation der ausländischen Arbeitnehmer, die ihren Aufenthalt in der BRD vorübergehend sehen und eine Rückkehr planen, und weitere rechtliche Probleme stellen viele Hindernisse in den Weg.

Inzwischen wurden Modelle entwickelt und praktiziert, die es dem ausländischen Arbeitnehmer ermöglichen, durch eine Beteiligung in kleineren oder größeren Gremien auf lokaler Ebene seine Interessen durchzusetzen. Das meist praktizierte Modell ist die Bildung von Ausländerbeiräten (bzw. Ausländerausschüssen oder Ausländerkoordinierungskreisen). Diese Beiräte werden von ausgewählten ausländischen Arbeitnehmervertretern und von Vertretern der jeweiligen deutschen Stellen gebildet.

Ein weiteres Modell für die Beteiligung ausländischer Arbeitnehmer am politischen Entscheidungsprozeß wurde vom "Institut für Kommunikationsplanung" vorgestellt. In diesem noch nicht praktizierten Modell wurde die Beteiligung der ausländischen Arbeitnehmer sowohl auf Bundes- als auch auf Länderebene stufenweise dargestellt: "Als oberstes Gremium ist ein Koordinierungskreis vorgesehen, der sich wiederum halbparitätisch aus einerseits Vertretern der Ministerien, der Verbände und des Bundestags, andererseits aus den Länderbeiräten delegierter Ausländer zusammensetzt." 8)

Die Repräsentationsfrage der ausländischen Arbeitnehmer im politischen System der BRD befindet sich heute noch in einer Diskussionsphase über die Möglichkeiten und Grenzen ihrer politischen Partizipation.

1.1.3. Modelle der Ausländerbeschäftigung in der BRD

Die Tatsache, daß seit vielen Jahren Millionen von ausländischen Arbeitnehmern mit ihren spezifischen Problemen in der BRD leben, hat die deutschen Behörden, interessierte

Organisationen und die Öffentlichkeit dazu geführt, die Gastarbeiterproblematik unter verschiedenen Aspekten zu diskutieren und Lösungsmodelle zu entwickeln. Diese Modelle, die für die Kosten-Nutzen-Überlegungen, für neue wirtschaftliche Perspektiven und für die Besserung der Situation und Verhältnisse von ausländischen Arbeitnehmern in der deutschen Gesellschaft sowie ihre Integrationsmöglichkeiten erarbeitet wurden, können unter folgenden wesentlichen Punkten dargestellt werden:

1.1.3.1. Statt Import von Arbeitskräften Export von Arbeitsplätzen

Bei dieser Überlegung handelte es sich um die arbeitsintensive Betriebsaussiedlung in die Herkunftsländer der ausländischen Arbeitnehmer. So brauchte man nicht mehr viele ausländische Arbeitnehmer nach Deutschland rufen und neue Kosten in Kauf nehmen. ⁹⁾

Die Vorteile der Betriebsaussiedlungen waren umstritten, da die Möglichkeiten dazu weitgehend nicht klar waren. Statt dessen wurde vorgeschlagen, daß man die ausländischen Arbeitnehmer durch eine geplante Ausbildung qualifizieren und mit diesen Fachkräften in deren Heimatländer Zweigbetriebe errichten sollte. ¹⁰⁾

1.1.3.2. Ausländerbeschäftigung als Entwicklungshilfe

Von einem anderen Standpunkt aus gesehen wurde die Ausländerbeschäftigung als Entwicklungshilfe betrachtet. Demnach wären die ausgebildeten ausländischen Arbeitnehmer in der Lage, die Entwicklungschancen ihrer Länder zu erweitern. NEULOH weist z. B. darauf hin, daß man die türkischen Arbeitnehmer als potentielle, entwicklungsorientierte Trägergruppe ansehen kann, da sie durch den langjährigen Kontakt mit der Realität und den Anforderungen einer indu-

strieorientierten Leistungsgesellschaft sowie dem Lebensstandard ihrer Bevölkerung die Distanz zwischen Aufnahme- und Heimatland erlebt haben und darauf ihre Zielvorstellungen entwickeln können. ¹¹⁾

Für die Erweiterung der Erfahrungen im Gastland sieht MARQUÉS M. aber eine geringe Chance. Denn die möglichen gesellschaftlichen Auswirkungen für die Herkunftsländer werden meist von den Arbeitern ausgehen, die in relativ kurzer Zeit mit oberflächlichen Beobachtungen und manchmal mit Mißerfolg in ihre Heimat zurückkehren und kaum in der Lage sind, das deutsche Gesellschaftssystem zu überblicken und als Maßstab für einen fundierten Vergleich mit der Heimatgesellschaft zu verwenden. ¹²⁾

1.1.3.3. Das Einwanderungsmodell

Nach diesem Modell bekommt der ausländische Arbeiter die Möglichkeit, sich dauernd in der BRD aufzuhalten ohne die deutsche Staatsangehörigkeit zu erwerben. Dieses Modell steht im Widerspruch zur offiziellen Ausländerpolitik. Nach ROTHAMMER wäre dieses Modell nur auf der Ebene gesamt-europäischer Vereinbarungen realisierbar, in denen auch die Interessen der Herkunftsländer an der Rückkehr ihrer Staatsangehöriger berücksichtigt werden müßten. ¹³⁾

1.1.3.4. Das Rotationsmodell

Rotation ist das Zurückschicken der ausländischen Arbeitnehmer, die nach einer festgelegten Aufenthaltsdauer nicht mehr in der BRD arbeiten dürfen. An ihrer Stelle werden neue angeworben. So haben die ausländischen Arbeitnehmer ein vorübergehendes Dasein in der BRD. Mit dem Rotationsmodell liegen die Ersparnisse für die deutsche Volkswirtschaft im wesentlichen im Bereich der Berufsausbildung, der Sozialleistungen, der Infrastrukturmaßnahmen und im

Bereich der besonderen Unterstützung der ausländischen Arbeitnehmer. 14)

Das Rotationsmodell wurde aus humanitären Überlegungen sowie aus wirtschaftlichen, sozialen und rechtsstaatlichen Gründen von den deutschen Behörden und Arbeitgebern nicht akzeptiert.

1.1.3.5. Solidarität der Arbeitnehmerschaft

Von einem anderen Standpunkt aus gesehen, wurde die Arbeitskräftewanderung in die Industrieländer Europas als die Ausbeutung der Arbeitskräfte aus den unterentwickelten Ländern bezeichnet. Diese billigen Arbeitskräfte bildeten die Reservearmee des Kapitalismus. Als Lösung wurde eine sozialistische Strategie vorgestellt, die diesen Kapitalismus überwinden soll. Nach diesen Überlegungen ist in solidarischen Aktionen der internationalen Arbeiterklasse bzw. gemeinsamen Aktionen deutscher und ausländischer Arbeitnehmer die einzige Möglichkeit zur Aufhebung der mit der Arbeitsmigration verbundenen Probleme zu sehen. 15)

1.1.3.6. Integrationsmodell

Das meist diskutierte Modell der Ausländerbeschäftigung ist die Integration der ausländischen Arbeitnehmer in die deutsche Gesellschaft. Als sich zeigte, daß sich die Beschäftigung der ausländischen Arbeitskräfte in der BRD über längere Zeit erstreckte, standen die Möglichkeiten ihrer Integration im Mittelpunkt der Diskussionen.

BINGEMER/MEISTERMANN-SEEGER/NEUBERT gliedern die soziale Integration der ausländischen Arbeitnehmer in drei Modelle:

1. Das monistische Integrationsmodell: Darunter ist eine Integration durch Unterwerfung zu verstehen. Eine Min-

derheit paßt sich einer Mehrheit an, deren soziale Normen anerkannt werden, während die Mehrheit unverändert bleibt.

2. Das pluralistische Integrationsmodell: Diese Art von Integration ist durch Assimilation erreichbar, ein Mindestmaß von beiderseitiger Veränderung ist notwendig. Die Partner behalten ihre Eigenart und ihr Leben im Sinne einer Koexistenz mit Kompromissen bei.
3. Das interaktionistische Integrationsmodell: Es wird durch Anpassung im Sinne einer wechselseitigen Beeinflussung erreicht. Minderheit und Mehrheit stehen in einem Prozeß ständiger und gegenseitiger Integration.¹⁶⁾

Nach BARTELT ist die Integration der ausländischen Arbeitnehmer als ein Verlauf oder Prozeß zu begreifen, der verschiedene Stadien durchläuft, die aufeinander bezogen sind.¹⁷⁾

Ein noch anschaulicheres stufenhaftes Integrationsmodell wurde in einer Wiener Studie vorgestellt. Demnach erfolgt die Integration ausländischer Arbeitnehmer in vier Stufen:¹⁸⁾

1. Anpassung an den Arbeitsbereich im Gastland: Diese Integrationsstufe impliziert Vertrautheit mit den Lebensbedingungen des Gastlandes und dem Aufbau eines sozialen Beziehungsnetzes in der Arbeitsumgebung und zwar vorwiegend mit eigenen Landsleuten. Auf dieser Stufe richten sich alle wesentlichen Bindungen noch auf die Heimat.
2. Die Entwicklung eines österreichischen Lebensmusters: Auf dieser Stufe übernimmt der ausländische Arbeitnehmer wesentliche Lebens- und Konsumgewohnheiten des Gastlandes, wie z. B. Familienwohnung bzw. Einzelwohnung, Fernsehgerät, Auto etc.. Dazu gehören ausreichende Sprachkenntnisse, um sich auf dem öffentlichen Sektor (Geschäfte, Gasthäuser, Kinos usw.) unbefangen

bewegen und an den Massenmedien wenigstens oberflächlich partizipieren zu können. Der ausländische Arbeitnehmer fühlt sich in dieser Phase noch seiner Heimatkultur zugehörig.

3. Die Eingliederung in ein österreichisches Kontaktsystem: Der ausländische Arbeitnehmer fühlt sich hier halb gastländisch und distanziert sich z. T. von seiner Herkunftskultur. Die Sprachkenntnisse erweitern sich und es gelingt ihm, einen gastländischen Bekannten- und Freundeskreis zu gewinnen. Die dritte Stufe bleibt aber für viele unerreichbar und wird auch selten angestrebt.
4. Völlige Angleichung: Diese Integrationsstufe läßt keinen Unterschied mehr zwischen dem ausländischen Arbeitnehmer und den Einheimischen erkennen. Sie kann aber in der Regel nur von der zweiten Generation, von den Kindern der ausländischen Arbeitnehmer erwartet werden.

Nach dieser Studie entsteht die Schwierigkeit für den ausländischen Arbeitnehmer, im Spannungsfeld zwischen den zwei Kulturen zu leben, wenn auch eine Unvereinbarkeit der beiden Kultursysteme besteht. "Es ist etwa für einen türkischen Mohammedaner unmöglich, orthodox zu leben und gleichzeitig ein österreichisches Lebensmuster zu übernehmen, zu dem etwa gelegentlicher Alkoholgenuß gehört, um nur ein Beispiel zu nennen." 19)

BORRIS weist darauf hin, daß die Wege der Integration ausländischer Arbeitnehmer, ihre rechtliche Gleichberechtigung mit deutschen Bürgern voraussetzt. 20) Demnach gibt es keine soziale Integration ohne eine bürgerlich-rechtliche und keine bürgerlich-rechtliche ohne eine soziale Integration.

Für die Integrationsbemühungen weist NIKOLINAKOS darauf hin, daß das Äußerste, das man erwarten kann, nicht die Integration der Minderheiten, sondern die Assimilation einzelner ausländischer Arbeitnehmer ist, die die Fähig-

keit und Möglichkeit dazu besitzen. 21) Seiner Meinung nach liegt die Integration der ausländischen Arbeitnehmer in den Entscheidungen über die Wachstumsziele der Wirtsländer begründet.

In vielen Integrationsmodellen wurden immer wieder die völlige kulturelle, soziale und rechtliche Gleichstellung der ausländischen Arbeitnehmer in der BRD dargestellt. Es ist oft davon ausgegangen worden, daß sich die ausländischen Arbeitnehmer längere Zeit in den Gastländern aufhalten und diese Integrationsphasen durchlaufen können. Viele Integrationsmodelle stehen aber im Widerspruch zur offiziellen Ausländerpolitik in der BRD. Denn die Bundesrepublik hat sich nie als ein Einwanderungsland verstanden.

Deshalb bemühte man sich grundsätzlich um eine bedarfsorientierte, partielle Integration, weil es sich hier um eine Eingliederung während eines befristeten Aufenthaltes in der BRD handelte, die auch von ausländischen Arbeitnehmern gesteuert werden sollte.

Hier befindet sich der ausländische Arbeiter z. B. nach der Wiener Studie auf der zweiten Stufe, wobei er immer bereit ist, sich in zwei Kulturen zurechtzufinden, ohne sich von der eigenen Kultur loszulösen. Er ist einfach dazu gezwungen, in zwei Kulturen leben zu lernen. Er gewinnt aber auch neue Lebensgewohnheiten und Erfahrungen. "Diese Wirkung ist allerdings von den Herkunftsländern einkalkuliert und stellt eines ihrer Hauptziele dar. Die partielle Integration in eine moderne Industriegesellschaft dürfte der rascheste und effizienteste Weg sein, Menschen aus einer vorindustriellen Gesellschaft für die Technisierung und die moderne Produktionsweise umzuerziehen." 22)

Die soziale Integration der ausländischen Arbeitnehmer wurde in den Vorschlägen einer Bund-Länder-Kommission zur Fortentwicklung einer umfassenden Konzeption der Ausländerbeschäftigungspolitik weiter unterstützt und auf folgenden Gebieten wurden neue Maßnahmen vorgeschlagen:

1. Verbesserung des Aufenthaltsrechtes durch Verlängerung der Aufenthaltserlaubnis, durch die Verfestigung des aufenthaltsrechtlichen Status, durch Erleichterungen für Familienangehörige, z. B. nach rechtmäßigem Aufenthalt von acht Jahren soll dem ausländischen Arbeitnehmer in der Regel eine dauernde Aufenthaltsberechtigung erteilt werden.
2. Beibehaltung des derzeitigen Einbürgerungsstatus.
3. Verbesserung der Arbeitserlaubnis. Es sollte angestrebt werden, die Geltungsdauer der Arbeitserlaubnis und der Aufenthaltserlaubnis einander anzupassen.
4. Förderung des Sprachunterrichts. Die deutschen Sprachkurse sollen inhaltlich und organisatorisch weiter verbessert und Maßnahmen für eine bessere Motivation zum Besuch von Sprachkursen entwickelt werden.
5. Verbesserung der Wohnsituation; nämlich durch die Modernisierung der von ausländischen Arbeitnehmern bewohnten Altbauwohnungen und durch das Umwandeln der Unterkünfte in Familienwohnungen.
6. Künftige Schwerpunktaufgaben. Hier geht es besonders um Maßnahmen für die Verbesserung der schulischen und beruflichen Chancen der zweiten Generation.
7. Verstärkte Mitwirkungsrechte. Hier wird die Mitwirkung der ausländischen Arbeitnehmer an der Gestaltung ihrer Lebens- und Arbeitsbedingungen als eine wichtige Voraussetzung zu ihrer sozialen Integration anerkannt. Auf der kommunalen Ebene sollen besonders auch Formen für die Mitwirkung der Ausländer gefunden werden.
8. Die sozialen Dienste. Der Wandel der Situation der ausländischen Arbeitnehmer und ihrer Familien seit der Einführung des Anwerbestops stellt neue betreuerische Anforderungen. Hier sollen weitere Maßnahmen getroffen werden, um eine aktive "... motivierende Arbeit mit

emanzipatorischer Zielsetzung (Hilfe zur Selbsthilfe) sowie eine integrationsorientierte Gruppenarbeit" zu gewährleisten. 23)

Wieweit diese wesentlichen Merkmale der Konsolidierungsphase, nämlich die Entwicklung einer Politik für die Probleme und die soziale Integration der bereits in der BRD lebenden ausländischen Arbeitnehmer - besonders für die zweite Generation - in der Praxis zu verwirklichen sind, wird sich mit der Zeit zeigen.

1.1.4. Die aktuelle Situation der Ausländerbeschäftigung in der BRD

Abgesehen von den Rezessionszeiten 1966/67 zeigte die Anwerbung ausländischer Arbeitnehmer bis 1972 eine kontinuierliche Entwicklung. Es war die Expansionsphase der Ausländerbeschäftigung. Seither herrscht eine Konsolidierungsphase. Mit dem Anwerbestopp im November 1973 wurde die Anwerbung neuer ausländischer Arbeitnehmer auf lange Sicht eingestellt.

Die Zahl der ausländischen Arbeitnehmer in der BRD ging wegen der Arbeitslosigkeit und der Konsolidierungsmaßnahmen innerhalb von fünf Jahren (vom Juni 1972 bis Juni 1977) um mehr als 400.000 zurück, und die Zahl der arbeitslosen ausländischen Arbeitnehmer stieg anfangs 1972 von 25.484 auf 105.009 anfangs 1977. 24)

Die vom Bundesarbeitsminister W. ARENDT am 4. August 1976 einberufene Bund-Länder-Kommission beauftragte eine Bund-Länder-Arbeitsgruppe, die sich mit allen für die Fortentwicklung der Ausländerbeschäftigungspolitik wesentlichen Sachfragen zu beschäftigen und zur Vorbereitung der weiteren Beratungen in der Gesamtkommission eine Diskussionsunterlage zu erstellen hatte. Der vorbereitete Bericht, der die heutige Situation der Ausländerbeschäftigung bestimmen soll, wurde von der Bund-Länder-Kommission am 15. und 16. Februar 1977 eingehend beraten. Die Grundpositionen zur Ausländerbeschäftigungspolitik wurden unter

sechs Punkten zusammengefaßt:

1. Die Bundesrepublik Deutschland ist kein Einwanderungsland.
2. Der Anwerbestop für ausländische Arbeitnehmer muß auf lange Sicht uneingeschränkt aufrechterhalten werden.
3. In der Bundesrepublik Deutschland werden auf lange Sicht ausländische Arbeitnehmer beschäftigt werden.
4. Die Rückkehrbereitschaft und die Rückkehrfähigkeit der in der Bundesrepublik Deutschland lebenden ausländischen Arbeitnehmer und ihrer Familien soll verstärkt werden. Die Heimatländer haben dabei eine wichtige eigene Verantwortung.
5. Die in der Bundesrepublik Deutschland lebenden ausländischen Arbeitnehmer und ihre Familien sollen ein ihren sozialen und rechtlichen Status sicherndes und in die Gesellschaft integrierendes Leben führen können.
6. Die Ausländerbeschäftigungspolitik sollte sich in Zukunft in besonderem Maße den Problemen der in der BRD heranwachsenden zweiten Generation annehmen. 25)

Solche Konsolidierungsmaßnahmen sind eine volkswirtschaftlich notwendige Konzeption, die die Zukunft des Arbeitsmarktes in der BRD für die einheimische Bevölkerung und die hier lebenden ausländischen Arbeitnehmer sichern muß. Heute wird die Situation der Ausländerbeschäftigung weitgehend von diesen Grundsätzen bestimmt. Die Bemühungen um die Gastarbeiterprobleme und besonders um die schulischen und beruflichen Chancen der zweiten Generation werden fortgesetzt.

Die Aussichten, daß die Anwerbung ausländischer Arbeitnehmer in der BRD wieder aufgenommen wird, sind nach dem Anwerbestop und in Anbetracht der wirtschaftlichen Verhältnisse nicht groß. Auch für die Möglichkeit der Freizügigkeit gegenüber den türkischen Arbeitnehmern, ab 1. Dezember 1976 in-

nerhalb von 10 Jahren in allen EG-Staaten sukzessiv zugelassen zu werden, gibt es nach dem Bericht der Bund-Länder-Kommission vom Februar 1977 keinen Grund zur Hoffnung. Die Verhandlungen über die erste Stufe des Assoziierungsabkommens zwischen der EG und der türkischen Republik wurden im Dezember 1976 abgeschlossen. Nach Auffassung der Bund-Länder-Kommission ist trotz dieser Vereinbarung festgelegt, daß die Grenze für weitere türkische Arbeitnehmer wegen der Konsolidierungsmaßnahmen nicht geöffnet werden kann, da jede weitergehende Regelung weder im Interesse der deutschen noch der hier lebenden ausländischen Arbeitnehmer läge. 26)

1.2. Die Entwicklung und die Folgen der Arbeitskräftewanderung aus der Türkei

1.2.1. Der Beginn und die Entwicklung der Arbeitskräftewanderung aus der Türkei in die BRD

Die Arbeitskräftewanderung aus der Türkei begann Ende der 50er Jahre. Im Jahre 1957 wurden 12 türkische Berufsschulabsolventen vom "Institut für Weltwirtschaft" in Kiel und vom Arbeitsministerium in Schleswig-Holstein in die BRD eingeladen. Es handelte sich um ein berufliches Praktikum. 27) Die Gründung des "Forschungsinstitutes für deutsch-türkische Wirtschaftsbeziehungen" ermöglichte weitere Arbeitsvermittlungen für türkische Handwerker und Praktikanten. Danach wurden unter privater Initiative - unter dem Namen "Übersetzungsbüro" oder "Vermittlungsbüro"-Arbeitsplätze für türkische Arbeitnehmer in zunehmendem Maße vermittelt.

Am 30. Oktober 1961 wurde zwischen der BRD und der türkischen Republik das bilaterale Abkommen für die Anwerbung türkischer Arbeitnehmer unterzeichnet. In den folgenden Jahren setzte die planmäßige Arbeitskräftewanderung ein und wurde immer stärker. Innerhalb kurzer Zeit stieg die

Zahl der in der BRD beschäftigten Türken sprunghaft an. Im Jahre 1972 waren sie unter der ausländischen Arbeitnehmerschaft die größte Gruppe. Ihre Zahl erreichte im Juni 1974 ihren Höhepunkt (mit 617.531 Beschäftigte). ²⁸⁾

Am 30. April 1964 wurde zwischen beiden Ländern ein Sozial-Abkommen unterzeichnet. Seitdem haben die türkischen Arbeitnehmer ähnliche Rechte wie die anderen Versicherungspflichtigen gewonnen. ²⁹⁾

1.2.2. Die Folgen der Arbeitskräftewanderung für die Türkei

Die Vor- und Nachteile der Arbeitskräftewanderung für die Herkunftsländer sind heute noch ein viel diskutiertes Thema. Denn diese Arbeitskräftewanderung war zwar einerseits ein problemlösender Ausweg, leitete aber andererseits auch eine Entwicklung ein, die neue Probleme mit sich brachte.

Nach HARBACH ist festzuhalten, daß die Emigration sowohl für die Herkunftsländer als auch für die Aufnahmeländer gleichermaßen Vorteile brachte, obwohl sich diese positiven Beiträge für die Entwicklung der Heimatländer empirisch noch nicht genug nachweisen lassen. ³⁰⁾

"Die Beteiligung an der innereuropäischen Wanderung bedeutet für das Abgabeland Verringerung der Arbeitslosigkeit und Unterbeschäftigung; eine Verringerung der damit verbundenen Soziallasten." ³¹⁾ Mit dieser Wanderung hatte die Türkei eine Möglichkeit gefunden, die Arbeitslosigkeit im Lande zu reduzieren.

Einen weiteren positiven Beitrag der Arbeitskräftewanderung für die Türkei stellen die Geldüberweisungen der türkischen Arbeitnehmer dar, die besonders der Außenhandelsbilanz zugute kommen.

Dieser Devisentransfer entlastete das Defizit der türkischen Zahlungsbilanz. Die Devisenüberweisungen von türki-

schen Arbeitern in die Türkei zeigte besonders in den 70er Jahren eine ständig zunehmende Entwicklung. Während sie im Jahre 1970 noch 273.020 Mio \$ in ihre Heimat transferierten, beliefen sich diese Geldüberweisungen 1972 bereits auf 740.106 Mio \$ und 1975 dann auf 1.299.648 Mio \$. ³²⁾

Der Deckungsanteil der Gastarbeiterdevisen beim Import wuchs von 26,4 % (1970) über 40 % (1971) auf 48,5 % im Jahre 1972 und dies, obwohl der türkische Import ebenfalls stark gestiegen ist. ³³⁾

Die sogenannten "Arbeitergesellschaften" wurden auch mit den Ersparnissen, die die türkischen Arbeitnehmer im Ausland erwirtschaftet hatten, gegründet. Sie waren in verschiedenen wirtschaftlichen Bereichen in der Türkei tätig. Zwischen 1966 - 1971 wurden z. B. insgesamt 11 verschiedene Arbeitergesellschaften gegründet, zumeist im Bausektor. ³⁴⁾ Zwar sind mehrere solcher Arbeitergesellschaften wegen schlechter Führung in Konkurs gegangen, aber vielen ist es gelungen erfolgreich zu arbeiten.

Seit einigen Jahren bemühen sich sowohl die türkischen Regierungen als auch die deutschen Behörden um die Kontrolle und um die Unterstützung dieser Gesellschaften. Im Jahre 1975 wurde mit dem Beistand des Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit in Bonn ein "Verband türkischer Arbeitnehmersgesellschaften" gegründet, zu dem 22 Gesellschaften gehören. ³⁵⁾ Außerdem unterstützt das türkische Finanzministerium diese mit günstigen Krediten und besonderen Einfuhrgenehmigungen. Die deutschen und türkischen Regierungsstellen bemühen sich auch um die Beratung der Vertreter und der Mitglieder dieser Gesellschaften, indem sie diesen günstige Projekte vermitteln.

Als einen weiteren Vorteil weist NEULOH in seiner Untersuchung auf die entwicklungspolitischen Effekte des Deutschlandaufenthaltes der türkischen Arbeitnehmer hin. Nach seiner Meinung sind die türkischen Arbeitnehmer die neuen "Botschafter der Industriegesellschaft", die zu Hause wie eine potentielle, entwicklungsorientierte Trägergruppe wirken können. ³⁶⁾ Die Aussichten, daß die türkischen Arbeiter

in Richtung einer Modernisierung der türkischen Gesellschaft wirksam werden können, beurteilt er günstig. Denn die meisten von ihnen haben politische Interessen, als national- und staatsbewußte Vertreter des Türkentums zeigen sie ihre Bereitschaft für die Entwicklung ihres Landes. Weiter benützen sie das Vorbild BRD als ein unmittelbar anwendbares Modell für die Entwicklungsziele der Türkei. "Es ist also zu vermuten, daß die Gastarbeiter erhöhte Ansprüche stellen werden, wenn sie in ihre Heimat zurückkehren, aber auch zur Mitwirkung bereit sind, wenn sie wirtschafts- und arbeitsmarktpolitisch richtig eingesetzt werden." 37)

Aus einer anderen Sicht gesehen, stellt ÖZKAN demgegenüber die These auf, daß der rotative Charakter der Migration, die unzureichenden Sprachkenntnisse und die begrenzten politischen Rechte der Gastarbeiter das eigentliche Ziel der Auswanderung, nämlich wenig auszugeben, viel zu sparen und mit den Ersparnissen eine Existenz im Heimatland aufzubauen, bestimmen und beschränken die Bewußtwerdung und die politische Sozialisation der Gastarbeiter. 38)

Die Arbeitskräftewanderung brachte für die Türkei Verluste von Facharbeitern. Im Jahre 1971 hatten in der BRD im Durchschnitt 29,2 % aller ausländischen Arbeiter eine berufliche Qualifikation, dieser Anteil war bei den türkischen Arbeitnehmern besonders hoch (46,3 %). 39) Nach Angaben des türkischen Arbeitsministeriums waren im Jahre 1967 31,2 %, im Jahre 1970 27,0 % und 1973 41,7 % von den ins Ausland abgewanderten türkischen Arbeitern, Angelernte oder Facharbeiter. 40)

Zwar wurde im Jahre 1972 zwischen der BRD und der türkischen Republik ein Abkommen zur Unterstützung der beruflichen Ausbildung von türkischen Arbeitnehmern und für die Verbesserung ihrer Reintegrationschancen unterzeichnet, aber wenn die Facharbeiter einmal zurückkehren, müssen sie mit vielen betrieblichen Anpassungsschwierigkeiten rechnen.

Außerdem verstärken die rückkehrenden türkischen Arbeitnehmer die Zuwanderung in die Städte weiter. 65,1 % (im Jahre 1968) bzw. 60,3 % (im Jahre 1969) der rückkehrenden türkischen Gastarbeiter, die vor ihrer Beschäftigung in der BRD auf dem Lande lebten, wollten sich nach ihrer Rückkehr wieder dort niederlassen, der Rest von 34,9 % (1968) bzw. 39,7 % (1969) beabsichtigte in die Städte zu ziehen. Von dieser Gruppe wollten 72,0 % (im Jahre 1969) in den Städten selbständig arbeiten und ca. 6 % wollten wieder als Arbeiter tätig werden. ⁴¹⁾

Als Folge des Nachzuges von Familienangehörigen und dem großen Geburtenzuwachs unter den ausländischen Arbeitnehmern ist eine neue Generation entstanden. Diese zweite Generation, nämlich die Kinder der ausländischen Arbeitnehmer, bilden neue Probleme für beide Länder. Über ihre Bildungsprobleme und Berufschancen wird noch diskutiert. Es wird ein großer Verlust für die Türkei, wenn die Bildungs- und Berufschancen der türkischen Kinder und Jugendlichen in der BRD nicht erweitert werden können.

Im ersten türkischen Fünfjahresentwicklungsplan von 1963 bis 1968 wurde die Arbeitskräftewanderung aus der Türkei und ihre Folgen nicht behandelt, da die Zahl der türkischen Arbeitnehmer im Ausland in dieser Zeit ziemlich gering war. Im zweiten (1968 - 1972) und im dritten (1972 bis 1977) Fünfjahresentwicklungsplan wurde auf die Bedeutung der Arbeitskräftewanderung aus der Türkei wegen ihrer Wirkung auf die Verminderung der Arbeitslosenzahl im Lande und auf die Devisenüberweisungen hingewiesen. Im dritten Plan prognostizierte man sogar, daß die Zahl der im Ausland beschäftigten türkischen Arbeitnehmer im Jahre 1977 800.000 oder eine Million erreichen werde. ⁴²⁾

Nach der Beurteilung von ÖZKAN ist das Phänomen Arbeitskräftewanderung und seine Auswirkungen, in den türkischen Entwicklungsplänen hauptsächlich von seiner ökonomischen Seite her und zwar in bezug auf die Arbeitslosenquote und die Devisenüberweisungen behandelt worden, aber die Probleme der Auswanderer und ihre Reintegration hätten fast keine Berücksichtigung gefunden. ⁴³⁾

Die Abteilung für die türkischen Arbeitnehmer im Ausland "YIS" beim türkischen Arbeitsministerium stellte in ihrem Bericht vom September 1971 folgende Zielsetzungen der Regierung zusammen: Die positiven Beiträge der türkischen Arbeitnehmer im Ausland für die türkische Nationalökonomie sowie für den Arbeitsmarkt sind auf einen optimalen Stand zu bringen. Das Wissen und die Erfahrungen der türkischen Arbeitnehmer sollen im Ausland erweitert werden, und ihre Bindungen an die Heimat sollen aufrechterhalten werden. Gegen Anpassungsschwierigkeiten und Abkapselung der Türken in der deutschen Gesellschaft sollen Maßnahmen getroffen werden. Es soll ihnen bei der Lösung ihrer Probleme geholfen werden. Ihre Rechte und ihre Sicherheit sollen auch in den Gastländern bewahrt werden. Und für ihre sozio-ökonomischen Reintegrationsschwierigkeiten nach der Rückkehr sollen Maßnahmen getroffen werden. 44)

Es ist eine Tatsache, daß man von türkischer Seite her die notwendigen Maßnahmen nicht rechtzeitig getroffen hat. Dieses Problem liegt aber zum größten Teil in den Unzulänglichkeiten der wirtschaftlichen Lage der Türkei begründet. Die türkische Wirtschaft hat heute noch in den folgenden vier Hauptbereichen Schwierigkeiten, die die Entwicklung des Landes schwer belasten: 1. Dauernde Inflation, 2. dauerndes Defizit der Zahlungsbilanz, 3. mangelnde Kapitalbeschaffung und 4. Arbeitslosigkeit. 45)

1.3. Situation und sozioökonomische Eigenschaften der türkischen Arbeitnehmer in der BRD

Ohne genügend Informationen und Vorbereitungen auf die Arbeits- und Lebensbedingung im Gastland sind die türkischen Arbeitnehmer von einer geschlossenen Gesellschaft in eine fremde, komplizierte Industriegesellschaft gekommen. Die Arbeitskräftewanderung löste zwar kurzfristig gesehen, die finanziellen Probleme der ausländischen Arbeitnehmer, aber im Laufe der Zeit ergaben sich für sie

neue Konflikte und viele Probleme.

1.3.1. Allgemeine Probleme der türkischen Arbeitnehmer in der BRD

Anfang der 60er Jahre stellte ABADAN zum Schluß ihrer Untersuchung fest, daß die türkischen Arbeitnehmer besonders in folgenden Bereichen Schwierigkeiten hatten und dringend Hilfe brauchten: Im Wohnungsbereich, in der beruflichen Weiterbildung und Aufstiegschancen, in der Partizipation und Anpassung an die Gastgesellschaft, im Bereich der sozialen Rechte, des Gesundheitswesens und in bezug auf betriebliche Beziehungen und Verbindung zur Heimat.⁴⁶⁾

Am 12. November 1976 haben einige türkische Arbeitervereine in der BRD unter der Schirmherrschaft der in der BRD erscheinenden türkischen Tageszeitung TERCÜMAN einen "Arbeiterkongreß" organisiert und sind in Ankara mit den zuständigen türkischen Behörden und den Regierungsmitgliedern zusammengetreten.⁴⁷⁾ Die Vertreter der Arbeitervereine haben ihre Probleme in 133 Punkten zusammengestellt und für die Lösung von der türkischen Regierung aktive Hilfe gefordert.

Am 26./27. Februar 1977 wurden in Düsseldorf 107 türkische Arbeitervereine in der BRD zu ihrem ersten Kongreß aufgerufen, der in der deutschen Öffentlichkeit ein gewisses Echo gefunden hat. Auf diesem Kongreß wurde die Ausländerbeschäftigung von seiten der türkischen Arbeitnehmer kritisiert, mehr Rechte in der deutschen Gesellschaft gefordert. Die Problemfelder wurden besonders im Bereich der Sicherheit und Rechte, der Schulsituation, der Wohnungssituation, der Gesundheit und der Kultur- und Freizeitmöglichkeiten gekennzeichnet.⁴⁸⁾

Die Kongresse machten deutlich, daß die Probleme der türkischen Arbeitnehmer seit Beginn der Ausländerbeschäfti-

gung noch nicht ganz beseitigt waren und daß die türkischen Arbeitnehmer sich ihrer Probleme und Rechte bewußt wurden. Obwohl die zuständigen deutschen und türkischen Stellen sich mit vielen Betreuungsmaßnahmen um die Probleme gekümmert und Hilfe geleistet haben, sind viele der Probleme ungelöst geblieben.

1.3.2. Die sozioökonomischen Eigenschaften der türkischen Arbeitnehmer in der BRD

Diese sozioökonomischen Merkmale stellen die Variablen dar, die das Freizeitverhalten und die Mediennutzung der türkischen Arbeitnehmer zum großen Teil bestimmen. Zwar wurde seit Ende 1973 bestehender Anwerbestops, durch die Bundesanstalt für Arbeit keine Repräsentativuntersuchung mehr durchgeführt, aber die sozioökonomischen Eigenschaften der türkischen Arbeitnehmer können nach Angaben der bisherigen wesentlichen empirischen Untersuchungen in folgender Weise dargestellt werden: *)

1.3.2.1. Wanderungsmotive

NEULOH stellt fest, daß die grundsätzlichen Wanderungsmotive der türkischen Arbeitnehmer Geld und Arbeitslosigkeit sind (40 % der Befragten geben Geldmotive - darunter 10 % Sparen für die Zukunft und 27 % die Arbeitslosigkeit an). 49)

Nach einer türkischen Studie aus dem Jahre 1971 sind besonders folgende Motive zu nennen: Ökonomische Probleme 62,4 %, Sparabsicht 13,4 %, Mangel an Beschäftigung 11,4 %. 50)

*) Daten zu diesen Untersuchungen sind in den jeweiligen Anmerkungen zu finden.

In einer weiteren Untersuchung wird übereinstimmend festgestellt, daß die türkischen Arbeitnehmer in die BRD gekommen sind, um zu arbeiten und Geld zu verdienen. ⁵¹⁾

1.3.2.2. Herkunftsort

Nach Angaben der Untersuchung von MEHRLÄNDER stammen 26 % der türkischen Arbeitnehmer aus Dörfern, 33 % aus Kleinstädten und 31 % aus Großstädten mit mehr als 100.000 Bewohnern. ⁵²⁾

BINGEMER/MEISTERMANN stellen auch fest, daß ein Großteil der türkischen Arbeitnehmer aus ländlichen Gebieten kommt (27 % aus Dörfern, 31 % aus Kleinstädten bis unter 50.000 Bewohnern, 42 % aus Großstädten mit mehr als 50.000 Bewohnern). ⁵³⁾

1.3.2.3. Geschlechts- und Altersstruktur, Familienverhältnisse

Von den in der BRD lebenden 1.118.000 Türken (674.900 Männer, 443.100 Frauen) ⁵⁴⁾ sind 515.830 Erwerbstätige (davon 383.158 Männer und 132.672 Frauen), 26.229 Arbeitslose und rd. 311.400 Kinder unter 15 Jahren. ⁵⁵⁾

Nach Angaben der Repräsentativuntersuchung von 1972 stellt man fest, daß insgesamt 76 % der türkischen Arbeitnehmer zu der Altersgruppe gehören, die aus den 25- bis unter 40jährigen besteht. ⁵⁶⁾

Im statistischen Jahrbuch von 1978 ermittelt man, daß die Altersstruktur aller in der BRD lebenden Türken aus folgenden Gruppen besteht: 15,4 % Kinder unter 6 Jahren, 15,2 % Kinder von 6 bis unter 15 Jahren, 7,5 % Jugendliche von 15 bis unter 21 Jahren, 52,9 % 21 bis unter 45 Jahren, 4,9 % 45 bis unter 55 Jahren und 0,6 % 55 und älter. ⁵⁷⁾

Nach Angaben der alten und neuen Untersuchungen leben die meisten der türkischen Arbeitnehmer getrennt von ihren Familien. ABADAN stellte fest, daß im Jahre 1963 39,2 % der türkischen Arbeitnehmer ohne ihre Ehepartner in der BRD lebten. 58) Die Repräsentativuntersuchung bringt folgende Ergebnisse: Von männlichen türkischen Arbeitnehmern sind 14 % ledig, 86 % verheiratet (davon 46 % mit Ehefrau in der BRD) und von den türkischen Arbeitnehmerinnen sind 22 % ledig, 78 % verheiratet (davon 85 % mit Ehemann in der BRD). 59)

MERLÄNDER stellt in ihrer Untersuchung auch fest, daß besonders die Türken und Jugoslaven von der Trennung von der Familie betroffen sind. 60)

Angesichts der bisherigen Familienzusammenführungen können sich diese Zahlen jedoch seitdem beträchtlich geändert haben.

1.3.2.4. Wohnsituation

Nach Angaben der bisherigen empirischen Studien wohnen die türkischen Arbeitnehmer meist in Gemeinschaftsunterkünften bzw. Wohnheimen. Der Anteil der in sonstigen privaten Wohnungen wohnenden türkischen Arbeitnehmer nimmt dabei sehr langsam zu.

Anfang der 60er Jahre lebten 84,4 % der türkischen Arbeitnehmer in Firmenwohnheimen. 61) Nach Angaben der Repräsentativuntersuchung wohnen 32 % der befragten türkischen Arbeitnehmer in Gemeinschaftsunterkünften, was dem höchsten Anteil der befragten ausländischen Arbeitnehmer entspricht. Weitere 48 % wohnen in den abgeschlossenen Wohnungen und 18 % haben sonstige Wohngelegenheiten. 62)

MEHRLÄNDER stellt fest, daß die meisten der türkischen Arbeitnehmer in firmeneigenen Wohnheimen (40 % der Männer, 11 % der Frauen) wohnen. 63)

Die Befragung vom Arbeitsring Ausland für kulturelle Aufgaben im Jahre 1975 ergibt, daß die Hälfte der türkischen Arbeitnehmer in Gemeinschaftsunterkünften untergebracht ist. 64)

1.3.2.5. Haupttätigkeitsbereich, berufliche Stellung, Einkommen und Sparverhalten

Nach Angaben der Marplanstudie liegen die branchenmäßigen Haupttätigkeitsbereiche der türkischen Arbeitnehmer mit 39,8 % bei der Eisen- und Metallverarbeitung (der höchste Anteil unter den ausländischen Arbeitnehmern); mit 17,5 % bei der Leder-, Textil- und Bekleidungsindustrie und mit 8,6 % beim Baugewerbe. 65)

In bezug auf die berufliche Stellung der ausländischen Arbeitnehmer ergibt sich in der Repräsentativuntersuchung, daß 13 % der türkischen Arbeitnehmer als Facharbeiter, 47 % als Angelernte und 40 % als ungelernte Arbeiter tätig sind. 66) Die berufliche Situation der türkischen Arbeitnehmer wird in der Untersuchung vom Arbeitsring in folgender Weise dargestellt: 49,2 % gelernte Arbeiter, 46,4 % ungelernte Arbeiter, 1,1 % Angestellte und 3,2 % Sonstige. 67)

Nach Angaben der Repräsentativuntersuchung von 1972 gehören die türkischen Arbeitnehmer im allgemeinen zu den unteren Nettolohngruppen. 68)

MEHRLÄNDER ermittelt in ihrer Arbeit, daß 25 % der männlichen und 15 % der weiblichen ausländischen Arbeitnehmer der Meinung sind, in bezug auf den Lohn gegenüber den deutschen Kollegen, die dieselbe Arbeit ausführen, diskriminiert zu werden. Dieser Anteil ist bei den Türken (mit 45 % der Männer und 27 % der Frauen) besonders hoch. 69)

Sowohl in der Marplan-Studie 70) als auch in der Untersuchung von MEHRLÄNDER 71) und in der Studie von BINGEMER/

MEISTERMANN ⁷²⁾ stellt man fest, daß der größte Teil der türkischen Arbeitnehmer Geld spart und nach Hause schickt.

1.3.2.6. Schulbildung

Nach den Ergebnissen aller Studien besteht der größte Teil der türkischen Arbeitnehmer aus Volksschulabsolventen. Nach Angaben von MEHRLÄNDER haben 77 % der Männer und 61 % der Frauen die Volksschule besucht. ⁷³⁾ Aus der Marplan-Studie ergibt sich, daß 86,2 % der befragten türkischen Arbeitnehmer mindestens 5 Jahre eine Schule besucht haben, was der türkischen Volksschulbildung entspricht. Der Anteil der überhaupt keine Schule besucht hat, liegt bei 4,7 %. ⁷⁴⁾ Die Angaben der Repräsentativuntersuchung ⁷⁵⁾ und vom Arbeitsring ⁷⁶⁾ bestätigen ebenso, daß die türkischen Arbeitnehmer in der BRD zum größten Teil Volksschulabsolventen sind.

1.3.2.7. Sprachkenntnisse und Kontaktmöglichkeiten

Nach Angaben der Untersuchung von MEHRLÄNDER ⁷⁷⁾ und der Marplan-Studie ⁷⁸⁾ haben die türkischen Arbeitnehmer im Vergleich zu anderen ausländischen Arbeitnehmern geringere und schlechtere Deutschkenntnisse. Aufgrund der Ergebnisse der Repräsentativuntersuchung von 1972 sind die portugiesischen und dann die türkischen Arbeitnehmer am wenigsten sprachgewandt. ⁷⁹⁾

NEULOH kommt zu dem Schluß, daß die Unkenntnis der Sprache des Gastlandes für den türkischen Arbeitnehmer - abgesehen von allen anderen Unterschieden, z. B. der Religionszugehörigkeit - ein besonders starkes Kommunikations- und Anpassungshindernis ist. ⁸⁰⁾

Ein weiterer von den Sprachkenntnissen sehr abhängiger Faktor sind die Kontaktmöglichkeiten der ausländischen

Arbeitnehmer. Nach Angaben der Marplan-Studie fühlen sich die türkischen Arbeitnehmer am meisten isoliert. Nur 13 % glauben genügend Kontakt zur deutschen Bevölkerung zu haben. ⁸¹⁾ Nach dieser Studie hat ein türkischer Arbeitnehmer in der BRD 1. mit den Landsleuten allgemein, 2. mit den deutschen Arbeitskollegen am Arbeitsplatz, 3. mit den Landsleuten am Arbeitsplatz, 4. mit der deutschen Bevölkerung allgemein und 5. mit anderen Gastarbeitern Kontakte. ⁸¹⁾

MEHRLÄNDER stellt auch fest, daß die türkischen Arbeitnehmer außerhalb der Arbeitszeit mit deutschen Kollegen im Vergleich zu anderen Gastarbeitergruppen weniger Kontakte haben. Mit den Deutschen allgemein haben wiederum die türkischen Arbeitnehmer die wenigsten Kontakte. ⁸³⁾

1.3.2.8. Gewerkschaftsmitgliedschaft, politische, ökonomische, religiöse Vorstellungen

1. Gewerkschaftsmitgliedschaft

ABADAN ermittelte in ihrer Untersuchung, daß sich 14,6 % der türkischen Arbeitnehmer in der BRD in die deutschen Gewerkschaften eingegliedert haben. ⁸⁴⁾

MEHRLÄNDER stellt fest, daß die türkischen Arbeitnehmer unter den ausländischen Arbeitnehmern am intensivsten in die deutschen Gewerkschaften eingegliedert sind (54 % der Männer und 19 % der Frauen). Sie weist aber darauf hin, daß dieser außergewöhnliche Prozentsatz der Türken auf den Nachahmungseffekt zurückzuführen sei, da sie meist in der Wirtschaftsabteilung Eisen- und Metallerzeugung beschäftigt sind, wo der gewerkschaftliche Organisationsgrad der deutschen Arbeitnehmer auch sehr hoch ist. ⁸⁵⁾

In diesem Punkt vertritt NEULOH die Meinung, daß man aus der Gewerkschaftszugehörigkeit der türkischen Arbeitneh-

mer über ihr Arbeiter-Gruppenbewußtsein nichts ablesen kann. "Das zeigt sich bei der Frage nach den Aufgaben der Gewerkschaft, die nur wenig mehr Information über das Wesen der Gewerkschaft verrät als die entsprechende Frage nach Aufgaben des Betriebsrates: 36 % hatten nur eine sehr allgemeine Antwort "Schutz der Arbeiter" bereit; immerhin wußten weitere 36 % einzelne konkrete Aufgaben aufzuzählen." 86)

2. Politische Vorstellungen

Mit dem Verlassen der Heimat verlieren die türkischen Arbeitnehmer ihr Wahlrecht. Da die ausländischen Arbeitnehmer in der BRD nicht wahlberechtigt sind, besteht für sie keine Möglichkeit zu politischer Partizipation. Die ungenügenden politischen Informationen und das Fehlen der politischen Partizipationsmöglichkeiten beurteilt ÖZKAN als Unterbrechung des politischen Sozialisationsprozesses und als Entpolitisierung der Gastarbeiter. 87)

Die türkischen Arbeitnehmer organisieren sich in ihren Vereinen, die verschiedene politische Tendenzen zeigen. Über die Anzahl der Arbeitervereine und deren Mitgliedschaft liegen keine genaueren Angaben vor. Im Jahre 1963 ermittelte ABADAN, daß nur 8 % der türkischen Arbeitnehmer in verschiedenen Vereinen eingegliedert waren. 88)

Anfang der 70er Jahre waren 55 türkische Arbeitervereine in verschiedenen Ortschaften der BRD tätig. 89) Viele von diesen Vereinen sind sowohl mit den aktuellen Problemen der türkischen Arbeitnehmer als auch direkt oder indirekt mit Politik beschäftigt. Neben Fußballvereinen und religiösen Vereinen gibt es auch Vereine, die den jeweiligen türkischen Parteien nahe stehen. Diese Vereine sind die Organisationen, in denen die türkischen Arbeitnehmer ihre politischen Interessen intern entwickeln können.

In bezug auf die politischen Vorstellungen der türkischen Arbeitnehmer stellt NEULOH folgendes fest: Sie

stellen Deutschland als ein unmittelbar anwendbares Modell für die Türkei dar. Sie wünschen durchaus eine progressive Veränderung ihres Heimatlandes, erwarten jedoch die Initiative vom türkischen Staat. Sie sind national- und staatsbewußte Vertreter des Türkentums.⁹⁰⁾ Außerdem sind die türkischen Arbeitnehmer, nach Angaben der Marplan-Studie, besonders von den sozialstaatlichen Einrichtungen in der BRD beeindruckt.⁹¹⁾

3. Religiöse Vorstellungen

ABADAN vertrat die Meinung, daß der religiöse Glaube der türkischen Arbeitnehmer sich in ihrem täglichen Leben als eine persönliche Verhaltensregel niederschlägt, aber ihr sozioökonomisches Verhalten im allgemeinen nicht wesentlich beeinflußt.⁹²⁾ Nach Angaben der Untersuchung von ABADAN hielten 63,7 % der türkischen Arbeitnehmer das Fehlen einer Moschee in ihrer Umgebung für ein Manko, nur für 4,7 % war sie nicht notwendig; 37,9 % meinten, daß das religiöse Gebot "Fasten" zu der industriellen Arbeitswelt nicht passe.⁹³⁾

BINGEMER/MEISTERMANN stellen eine starke religiöse Tendenz bei den türkischen Arbeitnehmern in Köln fest. "Die Türken, entsprechend ihrer größten Distanz zu Deutschland, besuchten mit 53 % am häufigsten Andachten, wohingegen die relativ gut integrierten Italiener nur mit 18 % Kirchen aufsuchten."⁹⁴⁾

NEULOH vertritt die Meinung, daß die Religion von einem bedeutenden Teil der türkischen Arbeitnehmer offensichtlich als rein persönliche Angelegenheit aufgefaßt wird, die nur indirekt soziale Bedeutung hat.⁹⁵⁾ Nach Ergebnissen seiner Untersuchung ist es z. B. für 70,6 % der türkischen Arbeitnehmer gleichgültig, ob jemand mit dem sie zu tun haben, Moslem ist oder nicht. "Ein großer Teil der türkischen Gastarbeiter kommt also aus einer Lebenswelt von gestern, in der man am Alten hängt. Bekundungen islamischen Stolzes gehen geläufig von ihren Lippen und

ein guter Teil ist auch noch in der Form so religiös, daß er jedes Phänomen zuerst als Moslem betrachtet. Bei den anderen zeigt es sich doch, daß die Religion nicht mehr ihr Zentralwert ist, der alle Lebensgebiete bestimmt." 96)

1.3.2.9. Verweildauer und Rückkehrwünsche

Nach Angaben des statistischen Bundesamtes verweilen 46,3 % der Türken seit 4 - 8 Jahren, 11,0 % seit 8 - 10 Jahren, 9,9 % seit 10 und mehr Jahren, 9,3 % seit 3 - 4 Jahren und 7,2 % seit 2 - 3 Jahren in der BRD. 97)

Die Repräsentativuntersuchung von 1972 ermittelte, daß nur 9 % der türkischen Arbeitnehmer voraussichtlich für immer als Arbeiter in der Bundesrepublik bleiben wollen.

Im Vergleich zu anderen ausländischen Arbeitnehmern bekunden sie das geringste Interesse an einem dauernden Verbleib. 98)

Das gleiche geringe Interesse ist in der Untersuchung vom Arbeitsring festzustellen. Nur knapp 2,5 % der türkischen Arbeitnehmer wollen für immer in der BRD bleiben. 99)

Viele der türkischen Arbeitnehmer wünschen sich nach der Rückkehr ein selbständiges Leben. Nach Ergebnissen der Untersuchung von ABADAN wollten 31,1 % der türkischen Arbeitnehmer nach der Rückkehr freiberuflich im Handel und 19 % als Facharbeiter in der Industrie tätig sein. 100)

Auch MEHRLÄNDER stellt fest, daß der Wunsch nach einer selbständigen Tätigkeit nach der Rückkehr unter den ausländischen Arbeitnehmern besonders bei den Türken mit 33 % dominierend ist. 101)

In diesem Punkt hält SCHACHBAZIAN den Aufenthalt der türkischen Arbeitnehmer in der BRD für eine "Hebelfunktion", die zukünftige - zumindest kleinbürgerliche - Existenz zu Hause zu sichern und vertritt die Meinung, daß der Großteil der in der BRD arbeitenden Türken zum Träger einer mittelständischen Ideologie wird. 102)

1.3.3. Zweite Generation

Die türkischen Arbeiterkinder in der BRD stellen weitaus die stärkste ausländische Gruppe unter den ausländischen Arbeiterkindern. Nach statistischen Angaben leben 173.100 türkische Kinder unter 6 Jahren, 91.000 zwischen 6 und 10 Jahren und 80.000 zwischen 10 - 15 Jahren in der BRD.¹⁰³⁾

Für diese Kinder, die in der Heimat in die Schule gegangen sind und nachher in der BRD eine deutsche Schule weiterbesuchen oder in der BRD geboren bzw. vor dem Schulpflichtalter in die BRD gekommen sind, bestehen sowohl im Bildungs- als auch im Arbeitsbereich in der BRD nur begrenzte Chancen. Im allgemeinen haben die unterschiedlichen Schulsysteme und die familienabhängigen Faktoren, die Zweisprachigkeit, die ungenügenden Vorbereitungen der deutschen und heimatlichen Schulbehörden sowie der Mangel an türkischen Lehrkräften, die schulischen Mißerfolge der türkischen Kinder zur Folge.

Nach Angaben der Untersuchung von MEHRLÄNDER geben 77 % der türkischen Arbeiter an, daß sie ihre Kinder regelmäßig in die Schule schicken. 20 % der Kinder der befragten Türken besuchen aber die Schule nicht.¹⁰⁴⁾

In der Untersuchung vom Arbeitsring stellt sich heraus, daß die Mehrheit der türkischen Eltern bei der Bildung ihrer Kinder an Kultur und Sprache ihres Heimatlandes festhalten wollen. 38,7 % der befragten 307 türkischen Arbeitnehmer meinen, daß ihre Kinder nach Deutschland kommen und hier eine türkische Schule besuchen bzw. von türkischen Lehrern unterrichtet werden sollten. 36,8 % meinen, daß die Kinder in der Türkei bleiben und dort zur Schule gehen sollen, 19,2 % meinen, daß die Kinder in Deutschland eine deutsche Schule besuchen und 5,2 % meinen, daß die Kinder nach Deutschland kommen, jedoch keine Schule besuchen sollen.¹⁰⁵⁾

Wegen der schlechten Bildungssituation und der Berufschancen wird diese zweite Generation, falls die notwen-

digen Maßnahmen nicht getroffen werden, ein großer kultureller Verlust für die Türkei und eine soziale und sogar kriminelle Problemgruppe für beide Länder sein.

Die Verbesserung der schulischen und beruflichen Situation dieser zweiten Generation beschäftigt die deutschen und herkunftsständischen Behörden und die Öffentlichkeit in zunehmendem Maß. In bezug auf diese Situation wurden in den Vorschlägen der Bund-Länder-Kommission künftige Maßnahmen in Angriff genommen. Die türkischen Behörden sind auch in den letzten Jahren für die Verbesserung der Probleme in diesem Bereich aktiv geworden.

2. MEDIENANGEBOT FÜR DIE TÜRKISCHEN ARBEITNEHMER IN DER BRD UND DIE MEDIENNUTZUNG

2.1. Die Funktionen des Medienangebotes für die ausländischen Arbeitnehmer in der BRD

Über die Gefahren der Informationslosigkeit ausländischer Arbeitnehmer war man sich schon Anfang der 60er Jahre im klaren. "1961 hatten mehrere Rundfunkanstalten erkannt, wie gefährlich es ist, wenn die bei uns arbeitenden Ausländer ungenügend informiert werden oder aufgrund ihrer Sprachschwierigkeiten politische Situationen falsch interpretieren. Der Rundfunk wurde sich der Tatsache bewußt, daß die Gastarbeiter nicht nur am Fließband stehen oder die Straße kehren, sondern daß sie auch versuchen die neue Umwelt zu verstehen, daß sie jedoch jemanden brauchen, der sie ihnen erklärt." 106)

Die Fragestellung auf diesem Gebiet konzentrierte sich besonders auf die Aufgaben der publizistischen Betreuung ausländischer Arbeitnehmer. Unter Berücksichtigung der neu entstandenen Beziehungen zwischen den Gast- und Herkunftsländern von Gastarbeitern und wegen der spezifischen Situation der Zielgruppe ausländischer Arbeitnehmer, wurde in der Literatur insbesondere auf die zusätzlichen Aspekte des Medienangebotes hingewiesen. Dabei war die Verbindung zwischen dem Medienangebot und dessen Einsatzmöglichkeiten bei der umstrittenen Integrationsfrage immer wieder ein Diskussionsthema.

2.1.1. Herstellung eines gegenseitigen Verständnisses

Bezüglich der Folgen der Arbeitskräftewanderung weist HARBACH darauf hin, daß mit der Arbeitskräftemobilität

auch eine Vielfalt von zwischenstaatlichen Interaktionsstrukturen entstanden sind, die eine gewisse Eigendynamik aufweisen. Nach seiner Ansicht beziehen die neuen Strukturen sich auf die karitative und religiöse Betreuung, den Schulbereich, die gewerkschaftlichen Aktivitäten und auch auf die Massenmedien. 107)

Im Bundesarbeitsblatt werden die Aufgaben der mit den Gastarbeiterfragen beschäftigten Publizisten und der Massenmedien in den Dienst einer schwierigen, sich komplementär ergänzenden Doppelaufgabe gestellt, nämlich:

1. den Bundesbürgern die ausländischen Arbeitnehmer positiv ins Bewußtsein zu bringen und
2. den Gastarbeitern das Verständnis für das Gastland zu erleichtern. 108)

Demnach müssen die Massenmedien die Beziehungssphäre zwischen dem Herkunfts- und Gastland sowie zwischen beiden Bevölkerungsgruppen aufbauen, weiter entfalten und unterstützen.

BUBENIK/GRÜNEISEL stellen ein Medienmodell vor, das in Zusammenarbeit mit ausländischen Arbeitnehmern gegenseitiges Verständnis fördern sollte. Mit den "Medienzentren", verbunden mit Aktionen und gestaltet in Gruppenarbeit zwischen den ausländischen Arbeitnehmern und der deutschen Bevölkerung, könnten die reflexionsorientierten Kommunikationsstrukturen zubereitet werden. In diesen Zentren müßten z. B. Informations- und Leseräume, Organisationsbüros, Gruppenräume und Studios enthalten sein.

Nach diesem Modell sollten die Medienproduktionen grund-

sätzlich 1. keine "Epen" sondern anschauliche Informationen" über Probleme und Lösungsangebote sein; 2. sich mit den Fragen des Alltags beschäftigen; 3. Selbsterkenntnis, gegenseitige Anerkennung und Austausch von Fähigkeiten fördern und 4. die Ghettosituation der Gastarbeiter aufbrechen können. 109)

Im Januar 1976 fand auf Einladung der Deutschen Unesco Kommission eine weitere und ausführliche Diskussion über das Thema "Ausländische Arbeitnehmer und Massenmedien" in Köln statt. Nach dem Bericht dieser Kommission kommt den Massenmedien als Vermittler ausländischer Kultur in der BRD und als Bindeglied der hier in der "Diaspora" lebenden ausländischen Arbeitnehmer eine führende Rolle zu, die noch intensiver angenommen und ausgefüllt werden muß. 110)

2.1.1.1. Zur Herstellung eines gegenseitigen Verständnisses in der deutschen Presse

Das Problem inwieweit die Massenmedien zum gegenseitigen Verständnis zwischen den ausländischen Arbeitnehmern und der deutschen Bevölkerung beitragen, wurde am Beispiel der deutschen Boulevardpresse von DELGADO untersucht. 111) Im Auftrag der Landeszentrale für politische Bildung des Landes Nordrhein-Westfalen hat er analysiert, wie die deutsche Boulevardpresse über die ausländischen Arbeitnehmer berichtete und wie das "Gastarbeiterbild" in der Presse erscheint.

In der Zeit vom 1. 5. 1966 bis 31. 8. 1969 wertete DELGADO 3069 Artikel und Informationen aus der Boulevardpresse über ausländische Arbeitnehmer aus. Der Erhebungs-

zeitraum umfaßte drei wichtige arbeitsmarktpolitische Phasen in der BRD, nämlich die Rezessionsperiode: vom 1. 5. 1966 bis 31. 8. 1967; die Stagnation: vom 1. 9. 1967 bis 30. 4. 1968 und die Zeit der Vollbeschäftigung: vom 1. 5. 1968 bis 31. 8. 1969.

Die umfangreichen Presseartikel wurden in vier Kategorien gegliedert: 1. Good-Will Berichte: die Artikel, in denen die gutwillige Bereitschaft zum Problemverständnis der besonderen Lage der ausländischen Arbeitnehmer aufgezeigt wurde; 2. Sachberichte: sachliche Informationen über das soziale Leben der ausländischen Arbeitnehmer; 3. Arbeitsmarktberichte: im wesentlichen eine Wiedergabe des statistischen Stellenwertes der ausländischen Arbeitnehmer auf dem deutschen Arbeitsmarkt, und 4. Sensations- und Kriminalitätsberichte. ¹¹²⁾

Bezogen auf die gesamte Untersuchungsperiode rangierten die vier Kategorien in folgender Weise: 1. Arbeitsmarktberichte, 2. Sensations- und Kriminalitätsberichte, 3. Sachinformationen und 4. Good-Will Berichte. ¹¹³⁾ DELGADO stellte fest, daß sich die Anteile der Berichte im Laufe der Zeit änderten. Von 1966 bis 1969 fand eine Verstärkung des statistischen Anteils der Sensations- und Kriminalitätsberichte von 27 % auf 33,2 % statt; der Anteil der Good-Will Berichte ging von 14,4 % auf 7,2 % zurück; ebenso die Sachberichte von 30,4 % auf 20,4 %; dagegen stiegen die Arbeitsmarktberichte von 28,2 % auf 39,2 %. ¹¹⁴⁾

Nach der Analyse der positiven, negativen oder ambivalenten Einstellung der Berichterstatter gegenüber den ausländischen Arbeitnehmern, kam DELGADO zu dem Resultat,

daß das "Bild der Gastarbeiter" bedeutend mehr negative als positive Charaktereigenschaften enthielt. Darunter zeigte das Bild der Türken keine dominanten positiven Charaktereigenschaften, mit Ausnahme der "Sparfreudigkeit". 115)

DELGADO kommt zu dem Schluß, daß sich die Zusammensetzung der Presseinformationen über ausländische Arbeitnehmer nicht nach dem Gesetz der Menschlichkeit, sondern nach den Gesetzen der Aktualität und Exklusivität richtet und daß die vorgenommene Selektion der Journalisten zu einer einseitigen Information der Leser über die ausländischen Arbeitnehmer führt. 116)

Unter dem Titel "Probleme ausländischer Arbeitnehmer im Spiegel der Berichterstattung der Nürnberger Lokalpresse (1. 1. 1972 bis 31. 12. 1973)" untersuchte Rothammer 261 Artikel über ausländische Arbeitnehmer in den drei Nürnberger Zeitungen. 117) Diese Studie wurde speziell für die Informationspolitik der Nürnberger Verwaltung erarbeitet, um einen Überblick über die von der Presse aufgegriffenen Informationen zur Ausländerintegration zu haben.

Der größte Teil der Berichte entfiel auf den Komplex "Ausländerrecht" mit 54 Berichten, gefolgt von "Beratung und Betreuung" mit 47 Berichten. Die Sensations- und Kriminalitätsberichte, die bei der Auswertung unwesentlich waren, wurden im Rahmen dieser Arbeit nicht aufgeführt. 118)

Die Berichterstattung über ausländische Arbeitnehmer in den deutschen Rundfunksendungen wurde noch nicht analysiert. Da die Rundfunkanstalten in der BRD nicht wie die deutsche Presse privat-wirtschaftlich, sondern öffentlich-

rechtlich organisiert sind und die Rundfunkgesetze sowie die Programmrichtlinien eine gewisse Rücksicht auf die Minderheiten in der BRD zeigen, ist anzunehmen, daß die ausländischen Arbeitnehmer und deren Probleme in den Funkprogrammen besser als in der Presse behandelt werden.

"Überblickt man das Gesamtangebot des Hörfunks und des Fernsehens zum Thema "Ausländische Arbeitnehmer", soweit dies ohne empirische abgesicherte Programmanalyse möglich ist, so kann gesagt werden, daß das deutsche Publikum ziemlich ausführlich über die Ausländerbeschäftigung informiert wird und daß es auch verschiedenartige Beiträge gibt, in denen die Probleme der Ausländer in Deutschland außerhalb der aktuellen Berichterstattung dargestellt werden. Dennoch entsteht der Eindruck, daß das Thema "Ausländer" im Gesamtprogramm der Medien noch einen Fremdkörper darstellt, der - von engagierten Autoren und Redakteuren eingespeist - noch kein Allgemeingut im deutschsprachigen Programm darstellt. Als Symptom kann die Absenz des Themas im Unterhaltungssektor gewertet werden. Das Thema ist dort präsent, wo der Verstand angesprochen wird. Auf der emotionalen Ebene weckt es eher Beklemmungen und Ängste. Wo Entspannung, Heiterkeit und Frohgestimmtheit Ziel des Programmangebots ist, wird das Thema ausgeblendet." 119)

Wie die Heimatzeitungen, die teils in die BRD importiert, teils in der BRD gedruckt werden, sowie die herkunftsländischen Rundfunksendungen zum gegenseitigen Verständnis beitragen, oder wie das Bild der Deutschen in diesen Medien dargestellt wird, wurde noch nicht einer Analyse unterzogen.

Der Aspekt der Herstellung eines gegenseitigen Verständnisses scheint im Licht bisheriger Untersuchungen im all-

gemeinen eine Angelegenheit nur von Journalisten und Zeitungsverlagen bzw. Rundfunkanstalten zu sein. Die Frage, wie und inwieweit die Publizisten zu dieser Aufgabe beitragen können, muß angesichts der Diskussionen um die Torhüterrolle der Journalisten behandelt und weiter untersucht werden.

2.1.2. Die Doppelfunktion des Medienangebotes

Die Informationsfunktion des Medienangebotes wird in der Literatur besonders unter zwei Aspekten behandelt. Im Bundesarbeitsblatt wird darauf hingewiesen, daß es eines Brückenschlages in zweierlei Richtung bedürfe, um die in der BRD lebenden ausländischen Arbeitnehmer vor einer seelischen und geistigen Isolierung zu bewahren. "Einerseits die nützliche Einführung in das neue Milieu, oft nur in mühseliger Kleinarbeit mit präzisen Alltagsnachrichten zu erreichen, eine Art praktischer Lebenshilfe also, andererseits die ständig neu herzustellende Verbindung zur Heimat, die solide und politisch möglichst objektive Informationen über das, was zu Hause geschieht, dargebracht in der vertrauten Muttersprache." 120)

In der Unesco-Studie, unter den Richtlinien für die Ausländersendungen der deutschen Rundfunkanstalten, die "unabhängig von der staatlichen Ausländerpolitik" von den für diese Sendungen verantwortlichen Redakteuren formuliert wurden, berücksichtigt man unter anderem diese Doppelfunktion des Medienangebotes. "Die Sendungen bemühen sich um die Wahrung der nationalen Identität der Ausländer durch Informationskontakte mit dem Heimatland unter gleichzeitiger Förderung der Integration zwischen der ausländischen und der deutschen Bevölkerung." 121)

Ähnliche Zielsetzungen beinhalten auch die Richtlinien der speziellen Sendungen der türkischen Rundfunkanstalt für die türkischen Arbeitnehmer im Ausland, unter anderem: 1. Die Sendungen machen es sich zur Aufgabe, den türkischen Arbeitnehmern im Ausland in sozialen, ökonomischen und kulturellen Problemen behilflich zu sein. 2. Die Bindung an die Heimat aufrechtzuerhalten. 3. Durch die Sendungen die türkischen Arbeitnehmer im Ausland auf die Rückkehr in die Heimat vorzubereiten und ihnen bei der Wiedereingliederung zur Seite zu stehen. ¹²²⁾

Während meiner Informationsgespräche im Mai 1978 mit den Redakteuren der in der BRD erscheinenden türkischen Zeitungen (Hürriyet, Tercüman, Milliyet und Günaydin) stellte ich fest, daß sich diese Zeitungen bei der Berichterstattung - nach Angaben der Redakteure - insbesondere auf zwei Punkte konzentrieren: a) die nationale und kulturelle Bindung der türkischen Arbeitnehmer an ihre Heimat zu unterstützen und b) über die Geschehnisse in den Gastländern zu informieren und ihren Lesern bei praktischen Problemen Hilfe anzubieten.

Angesichts des bisher Gesagten kann man feststellen, daß die Doppelfunktion des Medienangebots für ausländische Arbeitnehmer grundsätzlich in zwei Richtungen zielt, nämlich:

1. das Medienangebot muß die Verbindung der ausländischen Arbeitnehmer mit dem Gastland durch allgemeine Informationen, durch Orientierungshilfen und durch Anregung zur Integration herstellen,
2. das Medienangebot muß gleichzeitig die Verbindung der ausländischen Arbeitnehmer mit ihrer Heimat und mit ihrer nationalen Kultur durch ständige diesbezügliche Informationen gewährleisten.

2.1.3. Integrationshilfe

Die Integrationshilfe oder die Einsatzmöglichkeiten der Massenmedien bei der Integrationsfrage der ausländischen Arbeitnehmer in der BRD wird in der Literatur mit einhellig vertretenen, empirisch aber nicht belegten Thesen behandelt.

Auf die integrative Rolle der Massenmedien wird in einer Wiener Studie auf folgendes hingewiesen: "Die bemerkenswerte Trennung zwischen der sprachlich-kulturellen Integration (zweite Stufe) und der sozialen Integration (dritte Stufe) dürfte ein Phänomen der modernen Gesellschaft mit ihrer Meinungsbildung mittels der Massenmedien sein. Durch die Massenmedien haben die Gastarbeiter Gelegenheit, am politischen und kulturellen Geschehen, an den Anliegen und Sensationen der Öffentlichkeit zu partizipieren, sogar eine gewisse Sprachfertigkeit zu entwickeln, ohne wirklich intensive Kontakte mit Österreichern zu haben." 123)

Nach dieser Studie fällt dem Fernsehen wegen seiner Attraktivität auch für die nicht Sprachkundigen eine große Bedeutung zu. Die einheimische Presse hat dagegen eine noch geringere integrative Rolle. "Die Presse kann ihre Integrationswirkung erst bei den Gastarbeitern erzielen, die bereits so gut Deutsch können, daß sie österreichische Zeitungen regelmäßig lesen." 124)

Außerdem könnte der Film, ähnlich wirksam wie das Fernsehen, insbesondere in der ersten Anpassungsperiode eine Rolle spielen, da die jüngeren ledigen ausländischen Arbeitnehmer das Kino als sozialen Sammelpunkt erleben.

Nach dieser Studie sind die primitiv illusionsfördernde und die Isolation verstärkende Trivial-Literatur (Zeitschriften, die meist eindeutig erotischen Eskapismus anbieten) im allgemeinen integrationshindernd. Demgegenüber können die Unterhaltungszeitschriften aus der Heimat eine integrative Wirkung haben in dem Maß, in dem sie die Normen der westlichen Industriegesellschaften (Prestigekonsum, sexuelle Liberalität und Aufstiegsstreben) übernehmen. So unterstützen sie zumindest gewisse psychologische Motivationen zur Integration. 125)

Auch in einer anderen österreichischen Studie, die sich mit einigen Aspekten des Verhaltens ausländischer Studenten im publizistischen System des Gastlandes beschäftigt, wird darauf hingewiesen, daß die Massenmedien im allgemeinen "einen Beitrag zur reibungsloseren Sozialisation im Gastland" leisten können. Dabei haben die Presse primär eine informative, der Rundfunk und das Fernsehen mehr unterhaltende Funktion. 126)

In einer Schweizer Studie werden die Sprachkenntnisse der ausländischen Arbeitnehmer und die Vertrautheit und der Umgang mit einheimischen Massenmedien als zwei wichtige Dimensionen des Assimilationsgrades behandelt. 127) Nach dieser Studie werden die Integrationschancen der ausländischen Arbeitnehmer durch die integrative Rolle der Massenmedien verbessert. "Neben der Kenntnis der Landessprache kann die Beschäftigung mit einheimischen Massenmedien als eine Dimension der Assimilation angesehen werden. Diese Zuordnung erscheint dann um so mehr gerechtfertigt, wenn - wie dies heute der Fall ist - der Einwanderer einen relativ uneingeschränkten Zugang zu den Massenmedien seines Heimatlandes hat, und zwar insbesondere zu Zeitungen." 128)

Die integrative Rolle des Medienangebotes für die ausländischen Arbeitnehmer läßt sich anhand der bisherigen Darstellungen nicht konkretisieren. Es steht fest, daß der Einsatz der Medien, von den allgemeinen Zielvorstellungen zur möglichen Integration der ausländischen Arbeitnehmer sowie von anderen Faktoren abhängig ist.

2.1.4. Künftige Aufgaben

2.1.4.1. Betreuung der zweiten Generation

Das Heranwachsen der zweiten Generation und die zunehmenden Probleme im schulischen und beruflichen Bereich zeitigte einen weiteren Aspekt des Medienangebotes für die ausländischen Arbeitnehmer.

In der Unesco-Studie schlägt man vor, daß die Einführung von fremdsprachigen Kinder- und Jugendsendungen als eine der wichtigsten Maßnahmen bezüglich des Medienangebots erwogen werden müsse, da sich die Sozialstruktur der Zielgruppe mit der Zunahme der Zahl der Kinder und Jugendlichen verändert habe. 129)

Auf die Notwendigkeit der publizistischen Betreuung der zweiten Generation wurde bei meinen Informationsgesprächen im Mai 1978 sowohl von den verantwortlichen Redakteuren türkischer Zeitungen in der BRD als auch von den verantwortlichen deutschen Redakteuren der Ausländersendungen im BR und im WDR hingewiesen.

Dieser Aspekt wird wegen seiner Aktualität in den letzten Jahren in Massenmedien heftig diskutiert. Um die ausländischen Jugendlichen in ihrer schwierigen Situation

noch direkter ansprechen zu können, bringen die speziellen Sendungen der deutschen Rundfunkanstalten Ratschläge, Hinweise und auch nationale Programme.

2.1.4.2. Rückkehrhilfe

Mit der Konsolidierungsphase der Ausländerbeschäftigung hat die Rückkehrhilfe für die rückkehrbereiten ausländischen Arbeitnehmer an Bedeutung gewonnen. Schon vorher wurde dieser Aspekt in den Programmgrundsätzen der speziellen Sendungen der türkischen Rundfunkanstalt angegeben.

Im Laufe der Zeit wurde diese Aufgabe auch in den speziellen Sendungen der deutschen Rundfunkanstalten berücksichtigt. "Daneben wird die Berichterstattung über die soziale und wirtschaftliche Lage in der Heimat der ausländischen Hörer, über Möglichkeiten und Chancen von Rückkehrwilligen einen weiteren Schwerpunkt des Programms bilden." 130)

Unter den Funktionsbereichen der Medien für die ausländischen Arbeitnehmer wurde die Meinungsbildung und auch die Unterhaltung sowie Hilfe für die Freizeitgestaltung bis jetzt nicht genug behandelt. Wie vorher erwähnt wurde, weist Özkan darauf hin, daß die politische Sozialisation der türkischen Arbeitnehmer mit der Auswanderung in die BRD unterbrochen wurde. Demnach müssen Massenmedien, als eine politische Sozialisationsagentur für die türkischen Arbeitnehmer politische Kenntnisse vermitteln. 131)

Nicht berücksichtigt wurde bis jetzt auch die Funktion der Medien für die politische und persönliche Entwick-

lung der ausländischen Arbeitnehmer - als Bürger aus den Entwicklungsländern -, sowie bei der Anregung zur gezielten Lebensgestaltung für die Entwicklung ihrer Heimatländer.

Zusammenfassend können die allgemeinen Funktionen des Medienangebotes für die ausländischen Arbeitnehmer in der BRD schematisch folgenderweise dargestellt werden.

Tabelle 2: Funktionsbereiche des Medienangebotes für die ausländischen Arbeitnehmer in der BRD

<u>MEDIENANGEBOT</u> <u>Allgemeines, spezielles Medienangebot</u> <u>des Herkunfts- und Gastlandes</u>	
Zielgruppe deutsche Bevölkerung	Zielgruppe ausländische Arbeitnehmer und ihre Familienangehörigen
1. Herstellung eines Verständnisses für die ausländischen Arbeitnehmer; - Aufklärung über die Situation und Probleme der ausländischen Arbeitnehmer in der BRD. - Beitrag zum Abbau der negativen Vorurteile gegenüber der ausländischen Arbeitnehmer. - Beitrag zum gegenseitigen Kontakt.	1. Herstellung eines Verständnisses für die deutsche Bevölkerung; - Aufklärung über die andere Lebensart des Gastlandes. - Beitrag zum Abbau der negativen Vorurteile gegenüber der deutschen Bevölkerung. - Beitrag zum gegenseitigen Kontakt. 2. Herstellung eines Verständnisses für die ausländischen Arbeitnehmer anderer Nationalitäten. 3. Allgemeine Informationen. - Aus der Welt. - Aus dem Gastland. - Aus der Heimat (Für die Verbindung zur Heimat und Aufrechterhaltung der nationalen Identität.) 4. Spezielle Informationen zur Orientierungshilfe. - Lebenshilfe allgemein. - Orientierungshilfe im Gastland (Um sich in allen Bereichen für die Interessen der ausländischen Arbeitnehmer einzusetzen und ihre Rechte zu bewahren.) - Integrationshilfe (Anregung zur Integration). - Unterstützung der Rückkehrbereitschaft. 5. Bildung. - Bildungshilfe für die Kinder. - Kulturelle und religiöse Betreuung der ausländischen Arbeitnehmer (um die kulturellen Eigenschaften und nationale Identität aufrechtzuerhalten). - Beitrag zur demokratischen Bewußtseinsbildung der ausländischen Arbeitnehmer. 6. Unterhaltung. - Hilfe zur Freizeitgestaltung. 7. Werbung.

2.2. Das Medienangebot für die türkischen Arbeitnehmer in der BRD

Im allgemeinen kann das Medienangebot für die ausländischen Arbeitnehmer in der BRD in vier Kategorien unterteilt werden:

1. Das allgemeine Medienangebot des Heimatlandes: das sind die Medien, die hauptsächlich für die gesamte Bevölkerung im Herkunftsland der Gastarbeiter produziert werden. Im Normalfall sind sie in der BRD nur begrenzt zugänglich. Die gedruckten Medien können zum Teil in die BRD importiert werden oder per Post den Abonnenten - zu hohen Preisen - zugeschickt werden. Die Rundfunksendungen aus den Heimatländern sind nur dann zu empfangen, wenn dieses Land in der Nähe der BRD liegt. Die Filme, Musik-Tonkassetten sind auch im begrenzten Maße importiert.
2. Das spezifische Medienangebot aus dem Heimatland: es sind dies die Medien, die von heimatländischen offiziellen oder privaten Organisationen besonders für die ausländischen Arbeitnehmer in der BRD produziert werden, z. B. die türkische Hörfunksendung "Stimme der Türkei", die die türkische Rundfunkanstalt TRT über Kurzwelle ausstrahlt.
3. Das allgemeine Medienangebot im Gastland: diese grundsätzlich für die einheimische Bevölkerung im Gastland produzierten Medien sind für die ausländischen Arbeitnehmer wegen sprachlicher Barrieren nur eingeschränkt verwendbar.
4. Das spezifische Medienangebot vom Gastland: es sind dies die von gastländischen Stellen für die ausländi-

schen Arbeitnehmer in ihrer Sprache gedruckten Zeitungen, Zeitschriften und Hörfunksendungen sowie Fernsehprogramme.

Außerdem kann eine fünfte Kategorie angeführt werden: die von anderen Ländern - vor allem aus osteuropäischen Ländern - unter bestimmten Zielsetzungen an die ausländischen Arbeitnehmer gerichteten Medien.

Im Laufe der Zeit hat das Medienangebot für die türkischen Arbeitnehmer in der BRD sich mit Hilfe der deutschen und türkischen Behörden, interessierten Institutionen und privater Gruppen fortentwickelt und vervielfältigt. Dieses Angebot besteht aus folgenden Objekten:

2.2.1. Das allgemeine Medienangebot in der Türkei und dessen Zugänglichkeit für die türkischen Arbeitnehmer in der BRD

2.2.1.1. Der Hörfunk

Im Jahre 1927 wurden die ersten Rundfunkstationen in der Türkei in zwei Großstädten (Ankara, Istanbul) gegründet. Sie hatten eine sehr begrenzte Reichweite (von je 5 kW).¹³²⁾ Der Hörfunk in der Türkei war von der Staatsgründung bis zur Revolution am 27. Mai 1960 ein zentralistischer Staatshörfunk, der von den verschiedenen Regierungen für parteipolitische Zwecke mißbraucht wurde.

Im Jahre 1963 wurde mit dem Erlaß eines Gesetzes die türkische Rundfunkanstalt "TRT" als eine Anstalt des öffentlichen Rechtes neu organisiert. In den 60er und 70er Jahren wurde die Zahl der Sender, die Sendeleistungen sowie

die Sendezeiten weiter entwickelt.

Während des Ausnahmezustandes in den Jahren 1971 bis 1973 wurde die Möglichkeit der Kontrolle der TRT durch die Regierung durch einige Gesetzesänderungen erweitert, jedoch blieb der Status der Anstalt unverändert.

Im Januar 1975 wurden die Sendungen der TRT in drei Netzen folgendermaßen eingeordnet: TRT-1 und TRT-2 sollen hauptsächlich Nachrichten, Musik und Informationsprogramme senden. TRT-3 ist grundsätzlich nur für die Sendungen westlicher Musik in den drei Großstadtbereichen zuständig.¹³³⁾

Außerdem strahlt die TRT in zehn Fremdsprachen kurze Auslandsendungen auf Kurzwelle aus, die meist in die Nachbarländer der Türkei gerichtet sind.¹³⁴⁾ Die speziellen türkischen Sendungen für die türkischen Arbeitnehmer in Europa werden auch auf diesen Kanälen ausgestrahlt.

Abgesehen von den speziellen türkischen Sendungen sind die Sendungen des türkischen Hörfunks für die türkischen Arbeitnehmer in der BRD kaum zugänglich, da nur die Türkei im Empfangsbereich dieser Sendungen liegt.

2.2.1.2. Das Fernsehen

Die Einführung des Fernsehens in der Türkei benötigte relativ mehr Zeit als die Einführung des Hörfunks. Mitte der 60er Jahre begannen die ersten Probesendungen mit bundesdeutscher Hilfe und im Jahre 1968 wurden die ersten Sendungen mit einem kleinen Empfangskreis in Ankara ausgestrahlt.¹³⁵⁾

In den 70er Jahren wurde das Fernsehnetz in der Türkei ständig weiterentwickelt. Die Fernsehsendungen bestehen aus einem zentralistischen Programm, das von verschiedenen Sendern ausgestrahlt wird.

Die Fernsehsendungen sind wie die Hörfunksendungen für die türkischen Arbeitnehmer in der BRD nicht zugänglich.

2.2.1.3. Zeitungen/Zeitschriften

Zeitungen

Das Pressewesen in der Türkei entwickelte sich besonders seit den 50er Jahren, in denen die Abwanderung aus den ländlichen Gebieten in die Großstädte zugenommen hatte und die Zahl der Schreib- und Lesekundigen wie schon in den 30er und 40er Jahren wiederum angestiegen war. Bei dieser Entwicklung haben die Maßnahmen, die die journalistische Arbeit erleichterten und die schnellen Vertriebsmöglichkeiten, die mit der Erweiterung des Straßennetzes im Lande entstanden sind, eine wesentliche Rolle gespielt.

Nach der Revolution vom Mai 1960 wurde das Pressegesetz neu geordnet, die soziale und berufliche Situation der Journalisten verbessert und die Selbstkontrolle der Presse durch die Presse gewährleistet. ¹³⁶⁾

Das Pressewesen in der Türkei besteht grundsätzlich aus national verbreiteten, privatwirtschaftlich organisierten Zeitungen, die täglich - auch sonntags - erscheinen. Sie werden nicht per Abonnement, sondern durch Straßenverkauf oder an den Kiosken vertrieben.

Istanbul, wo viele Zeitungen ihre Zentralstellen haben, ist das Zentrum der Presseindustrie in der Türkei. Erst

seit Ende der 60er Jahre werden manche große Zeitungen in anderen anatolischen Großstädten, mit zum Teil lokalen Artikeln gedruckt. Aber eine Lokalpresse wie in Deutschland, gibt es in der Türkei - von einigen Ausnahmen abgesehen - nicht.

Die sogenannte "Anatolische Presse", kleine Lokalblätter sind gegenüber den national verbreiteten Zeitungen wettbewerbsunfähig und beziehen sich mit ihrer begrenzten Auflage im Kleinformat auf das lokale Geschehen.

Die sogenannten seriösen Zeitungen, die als Elitenpresse gelten, haben eine begrenzte Auflagenzahl. Einige Parteizeitungen und die Zeitungen von politisch extremen Gruppen haben in der Türkei einen begrenzten Leserkreis.

Den größten Teil der national verbreiteten türkischen Zeitungen bilden die magazinähnlichen Boulevardblätter, die im Offsetdruck in Farbe in einem Umfang von 12 - 18 Seiten hergestellt werden.

Nach der Höhe ihrer Verkaufsauflagen dominieren in der Türkei besonders folgende Tageszeitungen, die ihre Position auf dem Pressemarkt stabilisiert haben:

Tabelle 3: Die wesentlichen Tageszeitungen nach Verkaufsauflagen in der Türkei. 137)

Zeitungen	verkaufte Auflagen (Stand 1977)
Hürriyet (unabhängig)	516.855
Günaydin (unabhängig)	372.584
Tercüman (Liberal rechtsgerichtet)	334.762
Milliyet (Liberal linksgerichtet)	271.305
Cumhuriyet (linksgerichtet)	117.470
Yeni Asir (eine Lokale Zeitung in Izmir, unabhängig)	54.223

Außerdem sind einige kleine Tageszeitungen mit begrenzten Auflagen zu nennen (wie Akşam, Dünya, Zafer). ¹³⁸⁾

Die fünf großen Tageszeitungen (Hürriyet, Günaydin, Tercüman, Milliyet, Cumhuriyet) erscheinen seit Anfang der 60er Jahre auch in der BRD und sind deswegen für die türkischen Arbeitnehmer in der BRD und in anderen europäischen Ländern zugänglich.

Andere türkische Zeitungen sind nur im Abonnement zu bekommen oder werden in die BRD importiert. Die in die BRD importierten türkischen Zeitungen bleiben meist für kurze Zeit auf dem Zeitungsmarkt und werden wegen niedriger Leserschaft und geringer Verkaufszahlen eingestellt. Von den importierten Zeitungen sind folgende zu nennen:

Die 12seitige wöchentliche Magazin-Zeitung "HAFTA SONU" (Wochenende), die mit vielen Fotos meist aus dem gesellschaftlichen Leben in der Türkei berichtet, wird seit Anfang 1977 in die BRD importiert. (Bild 1)



Bild 1: HAFTA SONU

Auch eine andere sechsseitige türkische Wochenzeitung "UMUT" (die Hoffnung), die der sozialdemokratisch orientierten Volkspartei "CHP" nahesteht, ist seit Juli

1978 in manchen deutschen Großstädten zu erhalten.

Außerdem ist die 12seitige türkische Tageszeitung "ORTADOĞU" (Nahosten), die der rechtsgerichteten nationalen Bewegungspartei "MHP" nahesteht, ebenfalls seit Som-

mer 1978 in der BRD zu erhalten.

Diese im Format 40 x 52 cm im Offsetverfahren farbig gedruckten drei Zeitungen werden in den Gastarbeiterballungsgebieten an manchen Kiosken und in Bahnhöfen zu 1,00 DM verkauft. Sie haben keine an die türkischen Arbeitnehmer in der BRD gerichteten besonderen Seiten oder Beiträge. Über ihre Auflagenzahl in der BRD liegen keine genauen Angaben vor.

Zeitschriften

In wissenschaftlichen, literarischen, künstlerischen, religiösen, beruflichen, sozialen, wirtschaftlichen und politischen Bereichen werden zwar in der Türkei in manchen Großstädten unter verschiedenen Titeln Zeitschriften veröffentlicht, aber sie werden von einer begrenzt interessierten Lesergruppe rezipiert ¹³⁹⁾ und sind für die türkischen Arbeitnehmer in der BRD nur durch Abonnement erhältlich.

Statt Zeitschriften werden türkische Illustrierte und Comicshefte in die BRD importiert.

Ein wöchentlich erscheinendes, religiös-politisches Blatt "SEBIL" (16seitig, im Format 30 x 42 cm) wird seit



Bild 2: SEBIL

1. 1. 1976 durch sein Europa-büro in Eschborn in der BRD vertrieben. (Bild 2) Nach Angaben dieses Büros hat SEBIL, die meist in türkischen Verkaufsstellen in manchen deutschen Großstädten verkauft wird, rund 5000 Abonnenten in Europa. *)

*) Die von Redakteuren angegebenen Zahlen können etwas zu hoch eingeschätzt sein.

Die in der Türkei gedruckte SEBIL wird zum Teil von der deutschen Verteiler-Firma "Saarbach" vertrieben und zu 1,00 DM verkauft.

"HAYAT" (Das Leben) ist eine 48seitige, wöchentliche Illustrierte, die etwa mit der deutschen "Bunte Illustrierte" oder "Quick" zu vergleichen ist. (Bild 3). Nach An-



Bild 3: HAYAT



Bild 4: SES



Bild 5: HAYAT-SPOR

gaben der Redaktion hat HAYAT eine Auflage von 7000 Exemplaren in der BRD. *)

"SES (Die Stimme) die mit der deutschen "Neue Revue" (Bild 4) und "HAYAT-SPOR", die mit dem deutschen "Kiker" oder dem "Sport Magazin" zu vergleichen sind (Bild 5), gehören zu weiteren Illustrierten der Pressegruppe Hayat, die in manchen deutschen Großstädten in der BRD zu erhalten sind. Über die Auflagenzahlen liegen keine Angaben vor.

Alle diese Illustrierten werden im Format 25 x 34 cm im Tiefdruckverfahren in Istanbul gedruckt. Sie werden in manchen deutschen Städten an Kiosken zu 2,50 DM verkauft. Über ihre Auflagenzahl in der BRD liegen keine genauen Angaben vor. Obwohl sie seit langer

*) Die von Redakteuren angegebenen Zahlen können etwas zu hoch eingesetzt sein.

Zeit in die BRD importiert werden, haben sie keine an die türkischen Arbeitnehmer im Ausland gerichteten Seiten.

"ÇARŞAF" (Bettuch) und "GIRGIR" (Komische Rede) sind zwei satirische Comicshefte, die etwa mit der amerikanischen "MAD" oder dem deutschen "Verrückt" zu vergleichen sind (Bild 6) Çarşaf (im Format 28 x 33 cm, farbig, Offset gedruckt) und Girgir (im Format 27 x 38 cm, zwei-farbig Offset gedruckt) werden in einigen Großstädten in der BRD am Kiosk vertrieben. Der Verkaufspreis dieser Blätter ist 1,00 DM. Über ihre Auflagenzahl liegen keine genauen Angaben vor, 140)



Bild 6: ÇARŞAF

und

GIRGIR

2.2.1.4. Das Buch, Schallplatten und Musikcassetten

Die türkischen Bücher zu verschiedenen Themen sind für die türkischen Arbeitnehmer in der BRD nur durch Bestellungen zugänglich. Es gibt in Deutschland keinen Verlag, der türkische Bücher veröffentlicht und keine Geschäfte bzw. Kioske, in denen türkische Bücher angeboten werden. Von der deutschen Vertriebsfirma "Saarbach" werden nur folgende türkischen Taschenbücher in die BRD importiert und an manchen Kiosken verkauft, die in der Türkei meist von Jugendlichen und Frauen gelesen werden:

Im Taschenformat: "SEX ROMANI" (Liebesromane), "CEP ROMANI" (Liebes- und Kriminalromane), "TOM MIKS" und "TEKSAS" (zwei Comicshefte mit Wildwestgeschichten). Im Heftformat: "KITAP FOTOROMAN" (Liebesromane und Tatsachenberichte). 141)

Türkische Schallplatten und Musikkassetten, die in der Türkei produziert werden, sind durch den Kauf in der Türkei oder durch Bestellung für die türkischen Arbeitnehmer zugänglich. Da einige türkische Geschäfte in der BRD (Minareci-Export in München, Uzelli in Frankfurt und Türküola-Yilmaz Asöcal in Köln) für die türkischen Arbeitnehmer ein breites Angebot türkischer Musikkassetten - aufgenommen in deutschen Tonstudios - herstellen, ist der Import dieser Objekte aus der Türkei nicht nötig.

2.2.1.5. Türkische Filme

Die türkische Filmindustrie ist privat-wirtschaftlich organisiert. Sie bekommt keine staatliche Unterstützung. Nach der Revolution vom 27. Mai 1960 wurde zwar mit der neuen Verfassung ein reichhaltiger Katalog von Freiheiten proklamiert, der bei der Entwicklung des türkischen Films eine gewisse Rolle spielte, aber es besteht noch eine dreifache Filmzensur. "Es muß jedoch hinzugefügt werden, daß die dreifache Zensur - bei der Vorlage des Filmanuskriptes, bei den Dreharbeiten und bei der Filmvorführung - die Darstellung jedes gesellschaftlichen Problems verhindert." 142)

Der türkische Film hat sowohl in den Großstädten als auch in ländlichen Gebieten eine große Zahl von Zuschauern, da der Film für Analphabeten oder wenig schreibkundige

Leute leicht zu verstehen ist und der Kinobesuch in der Türkei eine billige Freizeitbeschäftigung darstellt.¹⁴³⁾ Die Zahl der Kinobesucher ist jedoch seit der Einführung des Fernsehens etwas zurückgegangen.¹⁴⁴⁾

Die türkischen Filme werden in die BRD exportiert und in manchen Kinos der großen deutschen Städte am Wochenende in Spezialvorstellungen gezeigt.

Die Filmvorführungen für die türkischen Arbeitnehmer in der BRD gibt es etwa seit der zweiten Hälfte der 60er Jahre. Sie wurden damals von vier türkischen Firmen ("Ata-Film" in Köln, "Ersel-Istanbul" in Stuttgart, "Kalkavan-Film" in Neuss und "Sanver-Film" in München) abgewickelt.¹⁴⁵⁾

Zur Zeit (Stand 1978) sind drei türkische Filmverleihfirmen ("Sanver-Film" in München, "Kalkavan-Film" in Neuss und "Arsel-Film" in Stuttgart) in der BRD tätig. Sanver-Film importiert z. B. jährlich rund 50 türkische Filme.¹⁴⁶⁾

Alle drei Firmen führen in rund 200 Kinos in der BRD türkische Filme vor. Sie haben einen breiten Filmvorrat und tauschen die Filme untereinander aus. Da die Filmauswahl nach kommerziellen Gesichtspunkten dieser Firmen bestimmt wird, werden nur Unterhaltungsfilme mit den beliebtesten Stars ausgewählt. Es handelt sich meistens um Komödien, musikalische Filme, Abenteuer- und Kriminalfilme sowie Familientragödien, Liebesgeschichten.

Die Firmen mieten die Kinos, die meist in den Stadtzentren liegen, für ihre Vorstellungen. Der Eintrittspreis für die türkischen Filmvorstellungen liegt etwa bei 5,00 DM, und es werden immer zwei Filme gezeigt.

2.2.2. Das von der türkischen Seite speziell für die türkischen Arbeitnehmer in der BRD produzierte Medienangebot

Das spezifische Medienangebot von der türkischen Seite besteht grundsätzlich aus Sendungen der türkischen Rundfunkanstalt TRT, die unter dem Titel "Stimme der Türkei" in der Muttersprache über Kurzwelle ausgestrahlt werden und aus den in der BRD gedruckten türkischen Tageszeitungen. Diese Sendungen und Zeitungen werden im Kapitel 3. ausführlich dargestellt. Hier sind folgende Zeitungen zu nennen, die von türkischen Banken für die türkischen Arbeitnehmer im Ausland herausgegeben werden:

"İŞ GAZETESİ" (Zeitung der türkischen Handelsbank) ist eine im Kleinformat 30 x 42 cm gedruckte, monatlich erscheinende Zeitung, die in Ankara bei der Zentralstelle der türkischen Handelsbank vorbereitet wird. Sie wird in den Ländern, in denen türkische Arbeitnehmer beschäftigt sind, kostenlos verteilt (Bild 7).

Eine zweite Bankzeitung von "AKBANK" wird unperiodisch als zweiseitige Beilage zu den, in der BRD gedruckten türkischen Tageszeitungen "Tercüman" und "Günaydin" (Bild 7) verteilt.

Ähnlich wie die Zeitung der türkischen Handelsbank wird eine dritte Bankzeitung mit dem Titel "T.C. ZIRAAT BANKASI POSTASI" herausgegeben. Diese Zeitung, die von der türkischen Agrar Bank hergestellt wird, wird mit einer Beilage von vier Seiten für die türkischen Arbeitnehmer im Ausland kostenlos verteilt.

Diese drei Monatsblätter, die seit Anfang der 70er Jahre erscheinen, haben im allgemeinen denselben Inhalt. Grund-

sätzlich wird über das Wirtschaftsleben in der Türkei, über die allgemeinen oder speziell an die türkischen Arbeitnehmer im Ausland gerichteten Unternehmungen der jeweiligen Bank berichtet. Nebenbei werden kulturelle Beiträge veröffentlicht (z. B. Beiträge aus der türkischen Geschichte oder türkischen Literatur). In diesen Zeitungen werden die Ereignisse in Deutschland nur behandelt, wenn sie mit dem Arbeitsmarkt oder mit den türkischen Arbeitnehmern zu tun haben.

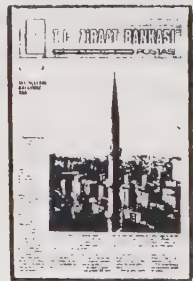
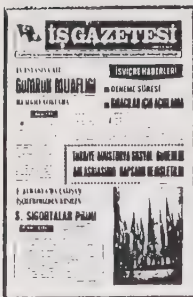


Bild 7:

IS GAZETESİ

AKBANK

T.C. ZIRAAT BANKASI
POSTASI

Über die Auflagenzahl dieser Zeitungen liegen keine genauen Angaben vor. Sie werden in der BRD vor den türkischen Behörden (z. B. in den Konsulaten, türkischen Luftfahrtgesellschaftsbüros) und in Wohnheimen kostenlos verteilt oder den Adressenten zugeschickt.

IS GAZETESİ soll nach Angaben der Redaktion eine Auflage von rund 280.000 Exemplaren haben. In dieser Zeitung werden auch die Kinder mit einer Beilage von zwei Seiten,

die aus kurzen Comis, Geschichtserzählungen und Spielthemen bestehen, angesprochen.

2.2.3. Das allgemeine Medienangebot in der BRD und dessen Zugänglichkeit für die türkischen Arbeitnehmer in der BRD

Das allgemeine hoch differenzierte Medienangebot in der BRD wird grundsätzlich für die einheimische Bevölkerung produziert und zielt nicht auf die ausländischen Arbeitnehmer ab.

Nach Ergebnissen der empirischen Untersuchungen zeigen die türkischen Arbeitnehmer im allgemeinen ein niedriges Interesse an den deutschsprachigen Medien. Sie erscheinen in Statistiken über die Nutzung der deutschsprachigen Medien im Vergleich zu anderen ausländischen Arbeitnehmern oft an letzter Stelle. ¹⁴⁷⁾

Deutsche Hörfunksendungen allgemein werden von 53,4 % der türkischen Arbeitnehmer täglich, bzw. 3- bis 4mal in der Woche gehört. ¹⁴⁸⁾ In der Infratest-Studie wird auf die Nutzung der deutschen Hörfunksendungen durch türkische Gastarbeiter in Verbindung mit ihren Deutschkenntnissen hingewiesen, daß das Interesse weniger den deutschen Wort-, als den Musiksendungen gilt und daß zahlreiche Türken das Radio - soweit möglich - den ganzen Tag laufen lassen. ¹⁴⁹⁾

Die Verbreitung der gedruckten deutschen Medien ist bei den ausländischen Arbeitnehmern ziemlich begrenzt. Dabei kommen nur manche deutsche Boulevardzeitungen in Frage.

Das Interesse an deutschen Zeitungen und Zeitschriften ist bei den türkischen Arbeitnehmern wiederum am niedrigsten. 150)

Über den Besuch deutscher Filme durch türkische Arbeitnehmer liegen keine neueren Angaben vor. Es ist auch nicht eindeutig feststellbar, zu welchen Anteilen sich die Kinobesuche der türkischen Arbeitnehmer auf deutsche oder türkische Filme verteilen. In der Infratest-Studie von 1966 geben 47 % der befragten Türken an, daß sie einmal in der Woche, 12 % jede zweite Woche einmal Filme in deutscher Sprache ansehen. 151)

2.2.4. Das von der deutschen Seite speziell für die türkischen Arbeitnehmer in der BRD produzierte Medienangebot

Das spezifische Medienangebot der bundesdeutschen Stellen für die ausländischen Arbeitnehmer besteht schon seit der Anfangsjahre der Ausländerbeschäftigung. Dieses Angebot umfaßt primär die in der jeweiligen Sprache ausgestrahlten Rundfunksendungen und gedruckten Zeitungen, Zeitschriften und Informationsblätter.

2.2.4.1. Hörfunksendungen

1. ARD-Gemeinschaftsprogramm: das tägliche, 40minütige türkische Programm besteht seit 1964. Es ist im ganzen Bundesgebiet zu empfangen. Im Kapitel 3. wird diese Sendung ausführlich dargestellt.

2. Zusätzliche Regionalsendungen: es sind dies Sendungen für die ausländischen Arbeitnehmer, die von lokalen Sen-

dern an bestimmten Wochentagen ausgestrahlt werden:

Der HR sendet seit 1966 sonntags zwischen 11.30 und 14.00 Uhr ein 30minütiges Programm in fünf Fremdsprachen und in Deutsch (je 10 Minuten pro Sprache). Titel der Sendung ist "Rendezvous in Deutschland". Sie wird vom NDR vom RB vom SFB und WDR übernommen und besteht aus regionalen Informationen und Musik. ¹⁵²⁾

Die regionale Sendung des SFB in türkischer und jugoslawischer Sprache wird seit Mai 1974 ausgestrahlt. Die Sendezeit - die zu Anfang 10 Minuten betrug - ist auf 30 Minuten pro Gruppe ausgeweitet worden. Dieses regionale Programm, das samstags und an gesetzlichen Feiertagen zwischen 18.00 und 19.00 Uhr ausgestrahlt wird, enthält die regionalen Tages-Nachrichten, aktuelle Interviews und Reportagen, Hinweise auf Lebenshilfen und gelegentlich Kommentare über ein aktuelles Ereignis. Außerdem wird seit Januar 1977 jede zweite Woche im Rahmen der türkischen Sendung ein Programm für die türkischen Jugendlichen gesendet.

Nach Angaben der verantwortlichen Redakteure sieht diese Sendereihe ihre Aufgabe darin, die soziale Integration der Türken und Jugoslawen in das Berliner Leben zu fördern. Aus diesem Grunde befaßt sich die gesamte Berichterstattung fast ausschließlich mit Berliner Ereignissen und nur in unregelmäßigen Abständen wird heimatbezogenen Beiträgen Platz eingeräumt, um die Verbindung zur Heimat aufrechtzuerhalten. ¹⁵³⁾ Dabei hat die heimatliche Musik in der 30minütigen Sendezeit einen ca. 50 %igen Anteil.

2.2.4.2. Fernsehprogramme

Die Sendung vom WDR "Ihre Heimat - Unsere Heimat", die seit 1965, montags in Italienisch, dienstags in Griechisch,

mittwochs in Spanisch, donnerstags in Türkisch und freitags in Jugoslawisch ausgestrahlt wird, dauert 10 Minuten, besteht aus kurzen Musik- und aktuellen Informationsbeiträgen und wird nur vom SDR, SWF, SR, NDR, RB, SFB übernommen. ¹⁵⁴⁾

Diese Sendungen enthalten 70 - 80 % Nachrichten aus der Heimat. Die Nachrichten werden von deutschen und ausländischen Presseagenturen und von den Telexzulieferungen der Rundfunkanstalten der Heimatländer übernommen. Dabei werden die aus Ankara bezogenen Filmbeiträge in Köln bearbeitet. ¹⁵⁵⁾

Die Sendung des ZDF, die für die türkischen Arbeitnehmer einmal im Monat unter dem Titel "Türkiye Mektubu" (Briefe aus der Türkei) von 14.15 bis 15.00 Uhr ausgestrahlt wird, besteht aus kurzen Nachrichten aus der Heimat, Musik-Folkloreprogrammen und touristischen Filmen. Der größte Teil dieser Sendung wird vom türkischen Fernsehen vorbereitet und ein vom ZDF produzierter Informationsblock über die Arbeitswelt in der BRD beigelegt. Sie besteht seit 1973 ¹⁵⁶⁾ und wird ab April 1979 alle zwei Wochen ausgestrahlt werden.

2.2.4.3. Zeitungen/Zeitschriften

Die auf lokaler oder Bundesebene vertriebenen Informationsschriften, Zeitungen und Zeitschriften, die von den deutschen Behörden, Gewerkschaften und privaten Stellen in der Muttersprache der ausländischen Arbeitnehmer herausgegeben werden, bilden das spezifische gedruckte deutsche Medienangebot.

Seit Beginn der Ausländerbeschäftigung wurden und werden heute noch von deutschen Arbeits- und Sozialbehörden,

Hilfsorganisationen und von verschiedenen Beratungsstellen eine Vielzahl von Informationsblättern für die ausländischen Arbeitnehmer veröffentlicht. (Bild 8)

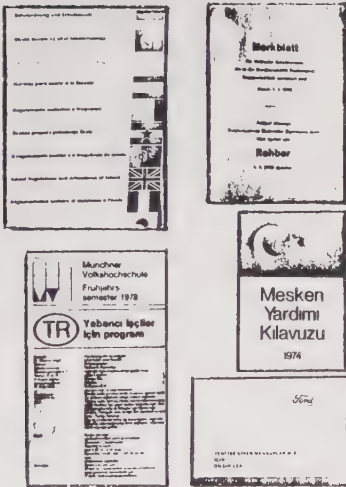


Bild 8: Einige türkische Informationschriften deutscher Stellen

In diesen Informationsschriften handelt es sich um Informationen wie z. B. über das Bundeskindergeldgesetz, die Arbeitslosenversicherung, den Arbeitsschutz, über Unfallverhütung, die bundesdeutsche Verkehrsordnung, Zollbestimmungen, betriebliche Neuigkeiten, Sprachkursen usw..

Bei der Herstellung spezieller Publikationen wirken zum Teil auch ausländische Mitarbeiter mit. Sie werden oft als Übersetzer eingesetzt, aber manche Publikationen haben kein ausländisches Redaktionsmitglied. Im allgemeinen beinhalten diese Publikationen umfassende Informationen aus

den Arbeits- und Lebensbereichen in der BRD und bieten grundsätzlich eine Orientierungshilfe. Unter diesen Publikationen sind folgende wesentlich:

"İŞ YERİ ALMANYA" (Arbeitsplatz Deutschland - türkische Ausgabe) ist eine 16seitige Informationszeitschrift des Bundesministeriums für Arbeit und Sozialordnung. (Bild 9)



Bild 9:

IŞ YERİ ALMANYA

Seit Oktober 1972 wird sie in sechs Sprachen (Griechisch, Italienisch, Türkisch, Portugiesisch, Spanisch, Jugoslawisch) alle drei Monate im Format 20 x 30 cm gedruckt und kostenlos verteilt. Der Redaktionsbeirat besteht aus den Vertretern des Presse- und Informationsamtes, der Bundesregierung, der Bundesanstalt für Arbeit, des Ministeriums für Arbeit, Gesundheit und Soziales des Landes Nordrhein-Westfalen, des Deutschen

Arbeitgeberverbandes und der Arbeiterwohlfahrt.

"Basisüberlegung für das Konzept der Informationsschrift war, die Informationslücke bei ausländischen Gastarbeitern vor allem im Bereich des Arbeits- und Sozialrechtes zu schließen." ¹⁵⁷⁾ Diese Informationsschrift hat eine Gesamtauflage von 500.000 Exemplaren. ¹⁵⁸⁾

"BERLINER BAER-HABERLER" ist eine lokale Zeitschrift des Senators für Arbeit und Soziales in West-Berlin, die seit Februar 1965 herausgegeben wird, mit dem Ziel, die ausländischen Arbeitnehmer schwerpunktmäßig über kommunale Geschehnisse ausführlich zu informieren. (Bild 10)

Sie erscheint nur fünfmal im Jahr, hat eine Gesamtauflage von 70.000 Exemplaren (davon sind 45.000 türkisch/deutsch, 18.000 jugoslawisch/deutsch, 7000 griechisch/deutsch) und

wird den ausländischen Arbeitnehmern kostenlos überlassen. 159)

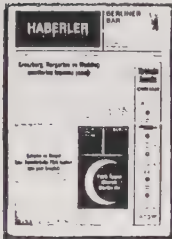


Bild 10:

BERLINER BÄR-HABERLER

Das Referat für die Angelegenheiten ausländischer Arbeitnehmer in West-Berlin ist der Herausgeber dieser Zeitschrift. Die fremdsprachigen Texte werden von Dolmetschern auf Honorarbasis übersetzt. Deshalb hat die Zeitschrift kein ausländisches Redaktionsmitglied.

Nach Angaben der Herausgeber dient sie durch ihre Mehrsprachigkeit der Integration

der ausländischen Arbeitnehmer, die in West-Berlin leben.

Eine Befragung der türkischen, jugoslawischen und griechischen Arbeitnehmer in West-Berlin hat ergeben, daß der "BERLINER BÄR" von seiten der ausländischen Arbeitnehmer nur ein begrenztes Interesse findet. (Nur 16,4 % informieren sich durch den "Berliner Bär"). 160)

"METALL HABERLER" (Metall-Nachrichten) ist die Zeitung der IG-Metall für die türkischen Arbeitnehmer in der BRD. (Bild 11) Diese Zeitung erschien seit 1964 monatlich, seit 1. 4. 1978 alle 14 Tage und hat einen Umfang von acht Seiten. Sie wird in sechs Sprachen gedruckt, direkt in die Betriebe versandt und dort verteilt. Die türkische Ausgabe hat nach Angaben der Redaktion eine Auflage von 175.000 Exemplaren.

Die jeweilige Ausgabe wird in einer Redaktionskonferenz festgelegt, an der die zuständigen fremdsprachigen Sekretäre teilnehmen. Nach Angaben der Redaktion hat die fremdsprachige Metallzeitung die Aufgabe, Informationen vom Arbeitsmarkt und aus dem gewerkschaftlichen Leben zu bringen und sie den ausländischen

Arbeitnehmern ausführlich zu erläutern, um diese am gewerkschaftlichen Leben in der BRD stärker teilhaben zu lassen.¹⁶¹⁾



Bild 11: METALL HABERLER
und DGB-HABERLER

"DGB-HABERLER" (DGB-Nachrichten) ist das Informationsblatt des DGB für die türkischen Arbeitnehmer in der BRD (Bild 11).

In seiner heutigen Form im Kleinformat 20 x 30 cm erscheint diese vierseitige kleine Zeitung seit Anfang 1973 monatlich. Sie wird vom DGB erstellt und von den Gewerkschaften herausgegeben. Vorbereitet wird sie von der "Abteilung Ausländische Arbeitnehmer" des DGB, in der neben Deutschen auch Sekretäre anderer Gastarbeiternationalitäten beschäftigt sind.¹⁶²⁾

In der Zeitung werden Informationen aus den tariflichen, arbeitsrechtlichen und sozialrechtlichen Bereichen vermittelt. Außerdem gibt es in jeder Ausgabe zwei feste Spalten: 1. Nachrichten aus der Heimat und 2. Aktuelles (aktuelle Geschehnisse in der Heimat und in der BRD). Diese beiden Artikel werden jeweils von einem Sekretär der jeweiligen Nationalität geschrieben.¹⁶³⁾

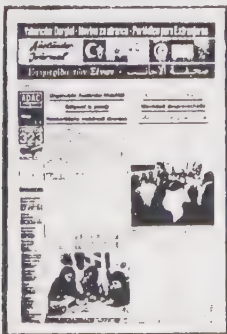
Die als Mitgliederzeitung über die Einzelgewerkschaften in den Betrieben verteilte Zeitung hat eine Gesamtauflage von 200.000 Exemplaren.

Außerdem wurden von manchen deutschen Zeitungsverlagen Publikationen oder Beilagen für die ausländischen Arbeitnehmer herausgegeben, die aber meist eine kurze Periodizität hatten:

Das "Hamburger Abendblatt" druckte vom 24. 9. 1973 an ungefähr ein Jahr lang Informationen über kommunale Neuigkeiten wechselweise in sechs Sprachen (türkisch, spanisch, portugiesisch, jugoslawisch, italienisch und griechisch) für die ausländischen Arbeitnehmer in Hamburg.¹⁶⁴⁾

Die "Westdeutsche Allgemeine Zeitung" veröffentlichte an jedem Wochenende in ihrer Gelsenkirchener Ausgabe einen Artikel unter der Überschrift "Das bewegt die Auslandskollegen" in vier Sprachen (türkisch, spanisch, italienisch und jugoslawisch).¹⁶⁵⁾ In dieser Serie wurden Wohnungs- und Schulfragen, sowie weitere sozialpolitische Themen schwerpunktmäßig dargestellt.

"YABANCILAR DERGISI" (deutscher Titel "Ausländer Journal"). Die 12seitige Zeitung für die ausländischen Arbeitnehmer erschien ab April 1977 alle zwei Wochen im Format 40 x 58 cm und wurde zu 0,80 DM in Großstädten an den Kiosken verkauft. (Bild 12)



Diese Zeitung hatte die Aufgabe, sich für die Interessen der in der BRD lebenden Ausländer einzusetzen und deren Probleme der Öffentlichkeit zu verdeutlichen.¹⁶⁶⁾ Sie befaßte sich mit sozialkritischen Themen, arbeitsrechtlichen Fragen und mit dem Ausländer-Zeitgeschehen in der BRD.

Bild 12: YABANCILAR DERGISI

Neben vielen Anzeigen von deutschen Firmen wurden die Artikel, in nebeneinander stehenden Spalten in deutscher, türkischer, jugoslawischer, griechischer, spanischer und arabischer Sprache gedruckt.

Diese von einem deutschen Zeitungsverlag herausgegebene Zeitung wurde inzwischen eingestellt.

2.2.5. Das sonstige Medienangebot für die türkischen Arbeitnehmer in der BRD

Ein von ausländischen Arbeitnehmern an andere ausländische Arbeitnehmer gerichtetes und gemeinsam vorbereitetes Medienangebot besteht nicht. Ein Versuch in dieser Richtung wurde bisher nicht unternommen. Das sonstige Medienangebot für die ausländischen Arbeitnehmer besteht grundsätzlich aus den Hörfunksendungen der Ostblockländer, die sich in bestimmter Zielsetzung an die ausländischen Arbeitnehmer in der BRD richten.

Über diese Hörfunksendungen und über ihre Nutzung durch türkische Arbeitnehmer liegen keine genauen, neuen Angaben vor. Erst in der Untersuchung von ABADAN versuchte man, mit kombinierten Fragen die Verbreitung dieser Sendungen festzustellen. Danach wurde in dieser Untersuchung die Kombination "Radio Ankara und Budapest zusammen", unter den von türkischen Arbeitnehmern gehörten Sendern, an zweiter Stelle (mit 16,8 %) genannt. 167)

Radio Budapest strahlte damals täglich zwei 15minütige und zwei 30minütige Programme für die türkischen Arbeitnehmer in der BRD aus.

In der Infratest-Studie stellte man fest, daß im Jahre 1966 ein kleiner Teil von türkischen Arbeitnehmern die

Sendungen von "Radio-Budapest" (8 % täglich, 8 % mehrmals wöchentlich, 11 % einmal wöchentlich und 4 % einmal monatlich) und "Unser Radio" der DDR (2 % mehrmals wöchentlich, 2 % einmal wöchentlich und 2 % einmal monatlich) verfolgt. 168)

Anfang der 60er Jahre enthielten diese als Wunschkonzert getarnten Propagandasendungen auch persönliche Nachrichten für ausländische Arbeitnehmer, die damit zugleich aufgefordert wurden, zu den jeweiligen Sendern in schriftlichen Kontakt zu treten. 169) "Der Deutsche Freiheitssender 904" wandte sich Mitte der 60er Jahre speziell an die ausländischen Arbeitnehmer in der BRD, und Radio Leipzig übertrug in Rumänien hergestellte Sendungen in griechischer und türkischer Sprache. 170)

In der UNESCO-Studie weist man darauf hin, daß diese Sendungen, die ihrerseits die Entwicklung der Sendungen, die ihrerseits die Entwicklung der Sendungen von bundesdeutschen Rundfunkanstalten für die ausländischen Arbeitnehmer gefördert haben, im Zuge der Ost-West Entspannung ihre Aktivität eingeschränkt bzw. eingestellt haben. 171)

"TKP'nin Sesi" (Stimme der türkischen kommunistischen Partei), deren Sender in einem Ostblockland stationiert ist, strahlt neben ihren täglichen Sendungen, die in die Türkei gerichtet sind, auch Sendungen für die Türken in Europa aus. Die 30minütigen Sendungen werden dienstags und donnerstags auf Mittelwelle gesendet. 172)

2.3. Die Mediennutzung der ausländischen Arbeitnehmer in der BRD

Die Mediennutzung der ausländischen Arbeitnehmer in der BRD wurde in vielen empirischen Studien untersucht, die

sich mit den Problemen der Ausländerbeschäftigung in der BRD beschäftigten. Bei diesen Studien wurde die Mediennutzung mal ausführlich, mal als ein Teilaspekt der Freizeitbeschäftigung behandelt. Die Fragen dabei waren, was die Freizeit für die ausländischen Arbeitnehmer bedeutet, wie sie ihre Freizeit verbringen und welcher Stellenwert der Mediennutzung in der Freizeit der ausländischen Arbeitnehmer zukommt.

2.3.1. Stellenwert der Mediennutzung als Freizeitbeschäftigung der ausländischen Arbeitnehmer in der BRD

2.3.1.1. Freizeit und die freizeitbestimmenden Komponenten allgemein

"Arbeit ist jede körperliche und geistige Tätigkeit, die der Erlangung von Mitteln zur Befriedigung von Bedürfnissen dient, wobei heute meist eine Tätigkeit im Rahmen eines Berufes verstanden wird." ¹⁷³⁾ So dient die geregelte Arbeitszeit primär dazu, die materielle Existenz der ausländischen Arbeitnehmer sicherzustellen. Die Restzeit, die Zeit der Nicht-Erwerbstätigkeit gilt als Freizeit. HANHART definiert die Freizeit, als jene Zeit, die dem einer regelmäßigen Arbeit nachgehenden Berufstätigen außerhalb seiner Arbeitszeit zur Verfügung steht. ¹⁷⁴⁾

Die Hauptfunktionen der Freizeit stellt er unter vier Gesichtspunkten dar: 1. der Erholung, 2. der Zertreuung, 3. der Unterhaltung und 4. der Selbstentfaltung. ¹⁷⁵⁾ KÜNG weist unter anderem auf die Bildungs- und Weiterbildungsfunktion, die Erlebnisfunktion sowie auf die Konsumfunktion der Freizeit hin. ¹⁷⁶⁾ Aus der Analyse allge-

meiner Funktionen der Freizeit in der Industriegesellschaft ermittelt LÜDTKE weitere Funktionen, wie die soziale Integration, Kommunikation und politische Emanzipation. 177)

Als freizeitbestimmende Komponenten stellt HANHART besonders die Arbeit, die vitalen Bedürfnisse, den sozialen Status, die Familie, die Gemeinschaft und die Persönlichkeit des Einzelnen dar. 178) LÜDTKE ermittelt dazu die soziale Rolle, das Milieu, den Lebenszyklus und die Familienstruktur, Geschlechts- und Berufsrolle sowie Bildung und Sozialschicht als Faktoren des Freizeitverhaltens. 179)

Da die ausländischen Arbeitnehmer zum größten Teil aus den nicht industrialisierten Ländern bzw. Gebieten kommen und sich in einer fremden Umgebung befinden, ist anzunehmen, daß sie ein andersartiges Freizeitverhalten haben. Demnach korrelieren BINGEMER/MEISTERMANN in ihrer Untersuchung das Freizeitverhalten der ausländischen Arbeitnehmer in der BRD mit folgenden sieben Variablen:

1. Aufenthaltsdauer; mit der Aufenthaltsdauer steigt z. B. der Kontakt zu Deutschen in der Freizeit.
2. Wohnsituation; sie bestimmt die Integration in der Weise, daß die ausländischen Arbeitnehmer, die in Wohnheimen untergebracht sind, größere Schwierigkeiten haben, sich in ihrer Freizeit zu integrieren.
3. Familiensituation; die verheirateten ausländischen Arbeitnehmer, deren Frauen in Deutschland leben, zentrieren ihre Freizeit z. B. auf ihre Familie.
4. Größe des Heimatortes; es ist anzunehmen, daß die ausländischen Arbeitnehmer aus den Großstädten es

leichter haben, sich deutschen Freizeitmustern anzupassen.

5. Geldüberweisungen nach Hause;
6. Briefwechsel mit der Heimat; die ausländischen Arbeitnehmer, die kein Geld nach Hause überweisen und schwache Bindungen mit der Heimat haben, gestalten ihre Freizeit auch etwas anders und haben mehr Kontakt zu Deutschen.
7. Einstellung zur Arbeit und
8. Vereinszugehörigkeit. 180)

In den bisherigen empirischen Untersuchungen wurden die allgemeinen Freizeitaktivitäten der ausländischen Arbeitnehmer in der BRD in folgender Weise dargestellt.

2.3.1.2. Freizeitbeschäftigung der ausländischen Arbeitnehmer in der BRD

Aus den Antworten der ausländischen Arbeitnehmer auf die Frage, was sie im allgemeinen in ihrer Freizeit tun, ermittelt MEHRLÄNDER, daß die "arbeitsabhängigen Freizeitaktivitäten" im Vordergrund stehen (insgesamt 74 % aller Nennungen; darunter etwa ein Fünftel Ausruhen und allgemein zu Hause bleiben, dann 18 % Spazierengehen, 6 % Kinobesuch, 1 % Sportveranstaltungen, 8 % Lesen, 4 % Radiohören, 7 % Fernsehen und weniger als 1 % Besuch eines Freizeitentrums speziell für Ausländer). 181)

"Die familienabhängigen Freizeitsaktivitäten" betreffen vor allem die Frauen. Von ihnen berichtet ein Drittel über derartige Aktivitäten und 12 % der ausländischen Arbeitnehmer geben die Besuche bei Landsleuten an. 182)

"Gemeinschaftsabhängige Freizeitaktivitäten" (wie Vereinsleben, gewerkschaftliche oder politische Arbeit) werden in der Untersuchung von MEHRLÄNDER von keinem der Befragten genannt. 183)

Bei einer Befragung in Frankfurt geben 64 % der ausländischen Arbeitnehmer an, daß sie Veranstaltungen vorziehen, die ihnen etwas bieten, bei denen sie eine passive Rolle spielen können. Nur ein Drittel strebt eine aktive Betätigung in der Freizeit an (Tanzgruppen 20 %, aktiver Sport 28 %, Laientheater 8 %). 184)

Aus der Analyse des Freizeitverhaltens der ausländischen Arbeitnehmer ziehen BINGEMER/MEISTERMANN den Schluß, daß die Freizeit den ausländischen Arbeitnehmern einerseits die Chance bietet, sich in die deutsche Gesellschaft aktiv einzugliedern, andererseits auch die Gefahr der Abkapselung und der völligen Isolierung in sich birgt. 185)

ABADAN stellte in ihrer Untersuchung fest, daß die türkischen Arbeitnehmer ihre Freizeit meistens mit erholsamen Beschäftigungen verbringen. Nach Ergebnissen dieser Untersuchung wurden folgende Freizeitbeschäftigungen an erster Stelle genannt:

1. Unterhaltende und erholende Beschäftigungen (darunter Spazierengehen, Kinobesuch, Radiohören, Fernsehen, Tanzen, Besuch von Lokalen) 58,9 %,
2. nichts tun, erholen (darunter Briefe schreiben) 11,9 %,
3. Sprachkurse besuchen, Deutsch lernen 8,5 %,
4. Hausarbeit, Kochen 7,7 %,
5. geistige Aktivitäten (darunter lesen) 5,3 %,
6. Sport ausüben 4,7 %,

7. Unterhaltung mit Freunden 1 %,
8. verschiedene schädliche Beschäftigungen (darunter Glücksspiele) 1 %. 186)

NEULOH weist bezüglich des Freizeitverhaltens der türkischen Arbeitnehmer in der BRD darauf hin, daß ihre ghettohafte Lebenssituation sie zu Passivität führt. Auf die Frage, was sie nach der Arbeit und an arbeitsfreien Tagen machen, wurden von den türkischen Arbeitnehmern folgende Aktivitäten an erster Stelle genannt:

1. Besorgungen 27,6 %;
2. Spaziergehen, Ausgehen 26,4 %;
3. Ausruhen 25,2 %;
4. Kino, Unterhaltung und Vergnügungen in der Öffentlichkeit 7,4 %;
5. zu Hause bleiben 4,9 %. 187)

Auf die Frage "Was haben Sie in Deutschland am liebsten in ihrer Freizeit gemacht?", werden in einer weiteren Untersuchung folgende Beschäftigungen von den türkischen Arbeitnehmern angeführt:

1. Reisen und Unterhaltung (mit Reisen waren wahrscheinlich Ausflüge gemeint),
2. Erholung zu Hause,
3. Hausarbeit,
4. Lesen,
5. Besuch von Freunden, Gespräche mit Freunden,
6. Fernsehen oder Radiohören,
7. Kino oder Theaterbesuch. 188)

Nur in einer Berliner Studie wird festgestellt, daß Rundfunkhören, Fernsehen und Zeitunglesen, unter den befragten 11 Möglichkeiten der Freizeitgestaltung (unter anderem: Kinobesuch, Treffen im Gasthaus mit Kollegen, Besuch des Freizeitheimes, Besuch bei Landsleuten, Besuch deutscher Familien, Vereinsbetätigung und Sport) zu den bevorzugten Freizeitbeschäftigungen der drei Ausländergruppen (Griechen, Türken, Jugoslawen) gehören. ¹⁸⁹⁾

Nach Angaben dieser Untersuchungen stellt sich heraus, daß die Erholung, Spaziergehen, Hausarbeit, Besuch von Freunden, Unterhaltung - wie bei anderen ausländischen Arbeitnehmern - die vorrangigen Freizeitaktivitäten der türkischen Arbeitnehmer in der BRD sind.

2.3.2. Die Mediennutzung der ausländischen und türkischen Arbeitnehmer in der BRD

2.3.2.1. Die bestimmenden Komponenten der Mediennutzung von ausländischen Arbeitnehmern

In der Untersuchung von BINGEMER/MEISTERMANN werden auf die Variablen, die die Freizeit der ausländischen Arbeitnehmer bestimmen, mit ihrem Einfluß auf die Mediennutzung der ausländischen Arbeitnehmer besonders hingewiesen:

Diese sind u. a.:

1. die Aufenthaltsdauer; die ausländischen Arbeitnehmer, die länger in Deutschland leben, lesen seltener Zeitungen in ihrer Landessprache und öfter solche in deutscher Sprache;
2. die Wohnsituation; die ausländischen Arbeitnehmer, die privat wohnen, hören weniger Radio, aber sehen häufiger

ger fern als diejenigen, die in Wohnheimen leben. Privatwohnende gehen seltener in einen Film in der Landessprache als die in den Wohnheimen Wohnenden und lesen weniger Zeitungen in der Landessprache, dafür aber häufiger deutsche Zeitungen;

3. die Größe des Heimatortes; die aus Dörfern stammenden ausländischen Arbeitnehmer benützen seltener das Fernsehen als Stadtbewohner. 190)

Laut der Untersuchung von ABADAN lesen die aus den Dörfern stammenden türkischen Arbeitnehmer weniger Zeitungen als die aus den Städten Gekommenen. 191)

Nach Angaben der MARPLAN-Studie nimmt die Nutzung der deutschen Medien durch ausländische Arbeitnehmer mit der Dauer ihres Aufenthaltes zu. Während das Lesen der Zeitungen aus der Heimat sich nicht wesentlich ändert, steigt der Nutzungsgrad des deutschen Rundfunks, des Fernsehens, der Boulevard- und Regional-Zeitungen, und der Programm- und Frauenzeitschriften an. 192)

Die Untersuchung des Arbeitsrings zeigt, daß das Radiohören und Fernsehen allgemein - als Freizeitbeschäftigung betrachtet - parallel mit der Länge des Aufenthaltes der türkischen Arbeitnehmer ansteigt. 193)

Unter den bisher nur in einigen Studien behandelten Faktoren zeigt sich die "Aufenthaltsdauer" als dominierender Faktor, der andere Faktoren (wie z. B. genügende Deutschkenntnisse) determiniert.

Weitere Aspekte, sowie diejenigen, ob die ausländischen Arbeitnehmer als einzelne, in der Gruppe oder in einem

Präsenzpublikum das Medienangebot aufnehmen, welche Verhältnisse dabei eine Rolle spielen ¹⁹⁴⁾ und welche kommunikative Nützlichkeit das Medienangebot für die ausländischen Arbeitnehmer hat, all das wurde in diesen Arbeiten nicht ausführlich behandelt.

2.3.2.2. Die Mediennutzung

Nach den Ergebnissen der Untersuchung von ABADAN sieht die Mediennutzung der türkischen Arbeitnehmer in der BRD im Jahre 1963 folgendermaßen aus:

Tabelle 4: Mediennutzung der türkischen Arbeitnehmer nach Angaben der ABADAN-Studie. ¹⁹⁵⁾

	Radiohören	Fernsehen	Presse
regelmäßig	79,8 %	75,1 %	58,9 %
ab und zu	1,2 %	3,0 %	26,7 %
nie	19,0 %	21,9 %	20,2 %

Der größte Teil der türkischen Arbeitnehmer hörte die türkischen Hörfunksendungen und nur 3,2 % die deutschen Sendungen. ¹⁹⁶⁾

Nach der Feststellung von ABADAN war das Fernsehen für die türkischen Arbeitnehmer wie ein "Kino zu Hause", da sie sich für die Filme, für die musikalischen Programme interessierten oder ohne irgend eine besondere Auswahl die Programme verfolgten. ¹⁹⁷⁾

72,9 % der befragten türkischen Arbeitnehmer gaben in dieser Untersuchung an, daß sie sich aus einer oder mehreren

türkischen Tageszeitungen informierten. Das Lesen deutscher Zeitungen wurde nicht genannt. Die meist gelesenen türkischen Tageszeitungen (damals wurden sie in die BRD importiert) waren meist die unabhängigen Boulevardblätter: Hürriyet, 43,2 %; Milliyet, 22,4 %; Cumhuriyet, 15,8 %; Yeni Sabah, 5,7 %; Tercüman, 5,4 %; Vatan, 1,3 %; Yeni Istanbul, 1,3 %. 198)

Nach Ergebnissen einer Infratest-Studie aus dem Jahre 1966 stehen die Hörfunksendungen bei der Nutzung von türkisch-sprachigen Medien durch die türkischen Arbeitnehmer mit 54 % an erster Stelle. 199)

Bezüglich der Mediennutzung der ausländischen Arbeitnehmer ermittelt MEHRLÄNDER folgendes:

An erster Stelle Radiohören; die überwiegende Mehrzahl der ausländischen Arbeitnehmer (85 %) hört Radio. Während von den Türken 62 %, von den Spaniern und Griechen jeweils 57 % die Sendungen speziell für Gastarbeiter regelmäßig verfolgen, sind es bei den Jugoslawen nur 49 % und bei den Italienern 47 %. 200)

An zweiter Stelle Fernsehen; 81 % der ausländischen Arbeitnehmer sehen manchmal die Sendungen des deutschen Fernsehens (bei den türkischen Arbeitnehmern 85 %). Von den fernsehenden ausländischen Arbeitnehmern bevorzugt die überwiegende Mehrzahl (87 %) die Fernsehsendungen speziell für ausländische Arbeitnehmer (bei den türkischen Arbeitnehmern 90 %). 201)

An dritter Stelle Zeitungen/Zeitschriften; von den befragten ausländischen Arbeitnehmern geben 73 % an, daß sie sich durch Zeitungen/Zeitschriften informieren. Die

überwiegende Mehrzahl (86 %) liest aber hauptsächlich Zeitungen/Zeitschriften des Heimatlandes. Die deutschen Zeitungen/Zeitschriften werden von 17 % der Befragten gelesen und nur ein Viertel der Befragten liest die Zeitungen/Zeitschriften, die von deutschen Stellen in der Muttersprache der ausländischen Arbeitnehmer herausgegeben wurden. 202)

Zu ähnlichen Ergebnissen kommt man auch in der MARPLAN-Studie von 1972.

Tabelle 5: Mediennutzung der türkischen Arbeitnehmer im Vergleich zu anderen ausländischen Arbeitnehmern nach Angaben der MARPLAN-Studie. 203)

MEDIEN	DURCHSCHNITTliche NUTZUNG DER AUSLÄNDISCHEN ARBEITNEHMER IN %	DAVON TÜRKISCHE ARBEITNEHMER IN % (IM VERGLEICH ZU SPANISCHEN, GRIECHISCHEN, JUGOSLAWISCHEN UND ITALIENISCHEN ARBEITNEHMER)
<u>HÖRFUNK (Allgemein)</u>		
Täglich / 3-4 mal in der Woche.	57.5	53.4 (An letzter Stelle)
nie	15.3	19.3 (An erster Stelle)
<u>HÖRFUNK (Sendungen für ausländischen arbeitnehmer)</u>		
Regelmässig und gelegentlich	59.1	66.5 (An erster Stelle)
nie	24.6	18.6 (An letzter Stelle)
<u>FERNSEHEN (Allgemein)</u>		
Täglich / 3-4 mal in der Woche.	42.3	37.5 (An vierter Stelle)
nie	21.8	27.0 (An erster Stelle)
<u>FERNSEHEN (Programme für ausländischen Arbeitnehmer)</u>		
Regelmässig und gelegentlich	43.5	45.3 (An erster Stelle)
nie	37.7	34.9 (An vierter Stelle)
<u>ZEITUNGEN AUS DER HEIMAT</u>	41.9	44.9 (An zweiter Stelle)
<u>DEUTSCHE BOULEVARD- UND REGIONAL ZEITUNGEN</u>	16.8	10.3 (An letzter Stelle)
<u>PUBLIKUMS- UND FRAUENZEITSCHRIFTEN</u>	9.1	5.8 (An letzter Stelle)
<u>JUGENTZEITSCHRIFTEN</u>	0.9	0.6 (An letzter Stelle)
<u>DEUTSCHE ZEITUNGEN FÜR AUSLÄNDER</u>	7.8	7.8 (An dritter Stelle)
<u>LIEST KEINE ZEITUNG</u>	13.8	11.3 (An dritter Stelle)

Eine Berliner Untersuchung, in der die Mediennutzung der türkischen, griechischen und jugoslawischen Arbeitnehmer in West-Berlin untersucht wurde, bringt ähnliche Ergebnisse. Bei den ausländischen Arbeitnehmern stehen die Rundfunksendungen in der Muttersprache in der Skala der Rangordnung aller aufgeführten Medien an erster Stelle. Den zweiten Platz belegen aber Heimatzeitungen. 204)

Tabelle 6: Wie informieren sich die ausländischen Arbeitnehmer in West-Berlin. 205)

INFORMATIONSQUELLEN	DURCHSCHNITTliche NUTZUNG DER AUS- LÄNDISCHEN AR- BEITNEHMER IN %	DAVON TÜRKISCHE ARBEITNEHMER IN % (IM VERGLEICH ZU GRIECHISCHEN UND JUGOSLAWI- SCHEN ARBEITNEHMER)
RUNDFUNKSENDUNGEN IN DER MUTTERSPRACHE	84,4 . . .	88,5 (An erster Stelle)
HEIMATZEITUNGEN	66,9 . . .	73,7 (An erster Stelle)
INFORMATIONEN DURCH KOLLEGEN UND NACHBARN	57,1 . . .	64,5 (An erster Stelle)
FERNSEHSENDUNGEN	53,0 . . .	56,8 (An erster Stelle)
"BERLINER BÄR" LOKALE DEUTSCHE ZEITUNG IN DER MUTTERSPRACHE . .	16,4 . . .	18,2 (An erster Stelle)
DEUTSCHE ZEITUNGEN	16,0 . . .	13,4 (An letzter Stelle)
DEUTSCHSPRACHIGE RUNDFUNKSENDUNGEN	10,4 . . .	6,9 (An letzter Stelle)

Ergebnisse dieser empirischen Untersuchungen bringen zwei wesentliche Resultate:

1. Angesichts der Ergebnisse dieser Untersuchungen sind die türkischen Arbeitnehmer in der BRD bei der Nutzung der muttersprachlichen Medien die eifrigsten Re-

zipienten unter den ausländischen Arbeitnehmern. Wenn wir die Faktoren, die das Freizeitverhalten und die Mediennutzung der ausländischen Arbeitnehmer beeinflussen - wie sie im Abschnitt (2.3.1.1.) und (2.3.2.1.) von BINGEMER/MEISTERMANN dargestellt wurden -, betrachten und sie mit den sozioökonomischen Eigenschaften der türkischen Arbeitnehmer in Relation setzen, wäre anzunehmen, daß die Mediennutzung der türkischen Arbeitnehmer ziemlich gering sein sollte. Obwohl sie aus einem Land kommen, in dem zum Teil noch traditionelle Kommunikationsformen vorherrschen, zeigen gerade sie ein großes Interesse für die modernen Massenmedien in der BRD.

Dieses Interesse konzentriert sich aber grundsätzlich auf das Medienangebot in der Muttersprache. Die deutschsprachigen Medien werden selten benützt.

2. Bei der Mediennutzung der ausländischen Arbeitnehmer nimmt der Hörfunk im allgemeinen den ersten Platz ein. Den zweiten Platz belegt das Fernsehen und im allgemeinen kommen die Zeitungen aus der Heimat an dritter Stelle.

Die bevorzugten Hörfunk- und Fernsehsendungen sind sowohl bei den türkischen als auch bei anderen ausländischen Arbeitnehmern wiederum die Sendungen in der Muttersprache.

Wie sich in vielen Studien herausstellt, wird den muttersprachigen Zeitungen von deutschen Stellen für die ausländischen Arbeitnehmer ein geringes Interesse entgegengebracht.

Das Interesse an den deutschen Medien nimmt grundsätzlich mit der Dauer des Aufenthaltes und mit der Erwei-

terung der deutschen Sprachkenntnisse zu.

Dabei ist anzumerken - worauf auch in der Infratest- und Berliner-Studie hingewiesen wurde -, daß die interpersonale Kommunikation unter den türkischen Arbeitnehmern bei der Informationsgewinnung eine Rolle spielt.

3. DIE SPEZIELLEN HÖRFUNKSENDUNGEN FÜR DIE TÜRKISCHEN ARBEITNEHMER UND DIE IN DER BRD ERSCHIEDENEN TÜRKISCHEN TAGESZEITUNGEN

Unter den speziellen Hörfunksendungen für die türkischen Arbeitnehmer in der BRD haben "Türkiye'nin Sesi" (Stimme der Türkei), die von der türkischen Rundfunkanstalt "TRT" aus Ankara ausgestrahlt wird und der türkische Teil der speziellen Hörfunksendung "ARD-Gemeinschaftsprogramm für ausländische Arbeitnehmer in der BRD" eine besondere Bedeutung.

Diese Sendungen sind überregional und haben eine große Reichweite. Die Dauer der Programme und die Programminhalte sind im Vergleich zu anderen Rundfunksendungen für türkische Arbeitnehmer noch länger und reichhaltiger. Sie werden von gut organisierten Redaktionen vorbereitet und vom türkischen Publikum in der BRD am meisten genutzt. Wegen ihrer besonderen Wichtigkeit werden im folgenden Kapitel diese speziellen türkischen Hörfunksendungen ausführlich behandelt und ihre Inhalte analysiert.

Im letzten Abschnitt werden die türkischen Heimatzeitungen, die seit Anfang der 70er Jahre in der BRD gedruckt werden, nach ihrer Entwicklung und ihren Eigenschaften dargestellt und inhaltlich analysiert.

3.1. "Türkiye'nin Sesi", die speziellen Hörfunksendungen der türkischen Rundfunkanstalt "TRT"

3.1.1. Die Entwicklung der Sendungen

Die türkischen Auslandsendungen der "TRT" bestehen seit 1938. In den 40er und 50er Jahren waren diese türkischen Sen-

dungen (je zwei 30minütige Sendungen pro Tag) besonders für die in den Nachbarländern lebenden Türken konzipiert. Zwar wurde 1950 die Sendeleistung der Sender von 20 kW auf 100 kW verstärkt, aber die Sendungen hatten trotzdem noch eine begrenzte Reichweite. 206)

Im Jahre 1963 wurden die bis dahin unter dem Titel "Kısa dalga Ankara Radyosu" (Der Kurzwellensender von Radio Ankara) ausgestrahlten Sendungen mit dem neuen Titel "Türkiye'nin Sesi" (Stimme der Türkei) neu organisiert. 1970 wurden die Sendekraft der Sender und der Inhalt der Sendungen weiter erweitert. Seitdem haben diese Sendungen eine breite Reichweite gewonnen und die Sendezeit wurde auf 17 - 18 Stunden pro Tag erhöht. 207)

Diese Sendungen sind besonders nach Europa und in den Nahen Osten gerichtet und werden aus Ankara über Kurzwellen auf 31, 25, 19, 41 Meter in verschiedenen Frequenzen ausgestrahlt. 208)

Die Programme werden bei der "Abteilung für Auslandssendungen" der "TRT" von sieben Redakteuren und acht Mitarbeitern vorbereitet und in zwei Studios hergestellt. Diese Abteilung beschäftigt aber keinen Redakteur in der BRD.

3.1.2. Richtlinien der Sendungen

Allgemein orientieren sich die Richtlinien der Sendungen zunächst an den Bestimmungen der türkischen Verfassung aus dem Jahre 1961 und an den Grundsätzen des türkischen Rundfunkgesetzes, womit die Struktur der "TRT" seit 1963 als einer öffentlich-rechtlichen Anstalt festgelegt wurde. Demnach haben die Sendungen, im Rahmen der in der Ver-

fassung angegebenen Freiheiten, die Aufgabe, die Zuhörer zu informieren und zu erziehen, um ihren Beitrag zur Entwicklung des Landes zu erhöhen und ihre Bindungen zur Heimat dauerhaft aufrechtzuerhalten. ²⁰⁹⁾

Im einzelnen sind die Richtlinien dieser Sendungen unter vier Punkten in folgender Weise festgelegt:

1. Von der Tatsache ausgehend, daß die Zuhörer sich mit vielen Problemen in einem fremden Land auseinanderzusetzen haben, haben die Sendungen es sich zur Aufgabe gemacht, ihren Zuhörern bei der Bewältigung sozialer, ökonomischer und kultureller Schwierigkeiten behilflich zu sein, sie für die Rückkehr in die Heimat vorzubereiten und ihre Reintegration zu unterstützen.
2. Die Bindungen und das Interesse der Zuhörer an ihre Heimat soll aufrechterhalten werden.
3. Den Zuhörern soll bei der Darstellung der Türkei im Ausland mittels Informationen geholfen werden.
4. Der unerwünschten Medienpropaganda aus anderen Quellen soll entgegengewirkt werden. ²¹⁰⁾

3.1.3. Inhalt der Sendungen

3.1.3.1. Programmarten

Die Sendung "Stimme der Türkei" besteht aus festgelegten Programmsparten:

1. Nachrichten: Die Nachrichtensendungen beziehen sich vornehmlich auf die Türkei und das internationale Weltgeschehen. Sie werden jeden Tag 18mal (in 5, 10, 15 und einmal abends in einem 30minütigen Programm, Stand 1978) gesendet. Diese Nachrichten sind dieselben Nachrichtensen-

dungen, welche der türkische Rundfunk zur selben Zeit auf allen seinen Kanälen ausstrahlt. Sie enthalten keine zusätzlichen Beiträge aus Deutschland. Einmal in der Woche werden eine Wochenchronik und extra Sportmeldungen angeboten.

2. Verschiedene Wortsendungen: Dies sind Programme, die im allgemeinen der kulturellen Betreuung der Zuhörer dienen. Dabei wird auch Lebenshilfe geleistet. Die meist aus 20- bis 30minütigen Beiträgen bestehenden Wortsendungen beziehen sich auf die folgenden Themenbereiche:

Programme anlässlich von Feiertagen, welche auch von den anderen Sendern der "TRT" ausgestrahlt werden;

verschiedene kulturelle Programme wie "Türkische Volksgeschichten", "Türkische Kunst und Handarbeit", "Türkische Satire", "Theater am Hörfunk", "Aus der türkischen Geschichte", "Türkische Wirtschaft", usw.;

"Gesundheitsmagazin" und das "Religiöse Wort";

"Briefkasten"; in diesen zweimal wöchentlich je 20 Minuten ausgestrahlten Programmen, die ebenso oft wiederholt werden, werden Fragen von Zuhörern beantwortet und entsprechende Hinweise gegeben. Dieses Programm leistet für die türkischen Arbeitnehmer in der BRD eine Art der Orientierungshilfe.

"Schulfunkprogramme"; die Schulsendungen des "TRT" werden mit Hilfe des türkischen Kultusministeriums hergestellt und über alle Sender ausgestrahlt. Diese 45minütigen Programme werden außer sonntags jeden Tag vormittags gesendet und abends wiederholt. Außerdem wird einmal in der Woche ein Kinderprogramm für die kleinen Zuhörer angeboten.

3. Musiksendungen: Die Musiksendungen der "Stimme der Türkei" bestehen grundsätzlich aus türkischer Volksmusik, klassischer türkischer Musik und türkischen Schlagern.

4. Werbung: Werbung wird am Wochenende in zwei 30minütigen Programmen gesendet. Ein Teil davon zielt speziell auf die türkischen Arbeitnehmer im Ausland. ²¹¹⁾

3.1.3.2. Schwerpunkt der Sendungen

Im Jahre 1971 stellte man fest, daß 10,6 % dieser Sendungen (Jahresdurchschnitt) aus Nachrichten, 21,4 % aus verschiedenen Wortsendungen und Schulfunk, 64 % aus Musik, 1,2 % aus Werbung und 2,5 % aus sonstigem (u. a. Programmansagen) bestehen. ²¹²⁾ Auch meine jüngste Untersuchung hat gezeigt, daß sich diese Programmverteilung während der letzten Jahre nicht wesentlich verändert hat.

Unter der Berücksichtigung der Diskussionen um die Aufgaben des Medienangebotes für die ausländischen Arbeitnehmer in der BRD (Kapitel 2.1., S.36 ff.), habe ich die Sendungen der "Stimme der Türkei" aus dem Jahre 1976 auf ihre Programmschwerpunkte hin analysiert und diese Ergebnisse dann mit Angaben von 1978 verglichen.

Da die Sendungen jede Woche nach einem bestimmten Plan verbreitet werden, habe ich sie in folgende fünf Kategorien unterteilt und nach Sendedauer in Minuten aufgeschlüsselt:

1. Nachrichten; zu dieser Kategorie gehören alle Nachrichtensendungen einschließlich der einmaligen Wochenchro-

nik und den extra Sportmeldungen.

2. Verschiedene Wortsendungen; diese Kategorie bezieht sich auf Kulturbeiträge, Feiertagsprogramme, das "Gesundheitsmagazin", "Religiöse Worte", "Schulfunk", wie sie im Programmheft der "TRT" aus ihren Titeln zu erkennen sind.
3. Musik; unter dieser Kategorie werden alle Musiksendungen zusammengefaßt.
4. Werbung; darunter fallen die explizit als "Werbung" ausgewiesenen Reklameblöcke.
5. Sonstige; Programmhinweise.

Ausgewertet wurden die Programme einer Woche während des vierten Jahresquartals vom 1. Oktober bis 31. Dezember 1976 bzw. von 1978. In diesem Jahresquartal werden die Sendungen nach dem bestimmten wöchentlichen Programmplan, demselben Titel, zur selben Zeit, aber mit verschiedenen Inhalten ausgestrahlt.

Die Sendedauer eines Programmes wurde nach den Angaben der "TRT"-Programmheftes vom Anfang eines Beitrages bis zu seinem Ende, d. h. dem Anfang des nächsten Programmes in Minuten dargestellt. Da ich mich also auf die ausgedruckten Zeitangaben in den Programmheften stütze, habe ich die jeweiligen Programmansagen folglich mitgerechnet.

Die Dauer dieser Sendungen betrug im Jahre 1976 von 06.57 bis 00.57 Uhr insgesamt 18 Stunden pro Tag und 126 Stunden in der Woche (7560 Minuten); 1978 von 06.55 bis 00.30 Uhr insgesamt 17.35 Stunden pro Tag und 123.05 Stunden in der Woche (7385 Minuten).

Die exakten Ergebnisse sind nach absoluten Werten und prozentuellen Anteilen in der Tabelle 7 dargestellt.

Tabelle 7: Inhalt der Sendungen "Stimme der Türkei" nach Programmsparten. 213)

Programmsparten	Gesamtsendezeit			
	1976 viertes Jahresquartal		1978 viertes Jahresquartal	
	Minute Abs.	in %	Minute Abs.	in %
<u>Nachrichten</u>	910	12,0	1010	13,6
<u>Verschiedene Wort- sendungen</u>	1535	20,3	1700	23,0
darunter Religiöses Wort	60	0,7	60	0,8
Antworten auf Hörer- briefe	100	1,3	80	1,0
Schulfunk	450	5,9	605	8,2
<u>Musik</u>	4960	65,6	4550	61,1
<u>Werbung</u>	120	1,6	90	1,2
<u>Sonstige</u>	35	0,5	35	0,5
gesamt	7560	100,0	7385	100,0

Nach Ergebnissen dieser Analyse liegt der Schwerpunkt der Sendungen in Musikprogrammen (1976: 65,6 %, 1978: 61,6 %). An zweiter Stelle kommen die verschiedenen Wortsendungen (1976: 20,3 %, 1978: 23,0 %) und Nachrichten (1976: 12,0 %, 1978: 13,6 %).

"Schulfunk"-Programme zeigen zwar im Jahre 1978 eine Zunahme von 2,3 % aber belegen nur 6 - 8 % der gesamten Sendezeit.

Mit umfangreichen Musiksendungen, die nur aus türkischer Musik bestehen, mit verschiedenen Wortsendungen, in denen schwerpunktmäßig die türkische Kultur dargeboten wird und mit Nachrichten, in denen hauptsächlich Themen aus der Türkei behandelt werden, erfüllen die speziellen türkischen Sendungen der "TRT" an erster Stelle die Aufgabe, die nationale, kulturelle Verbindung der im Ausland lebenden Türken zu ihrer Heimat aufrechtzuerhalten.

Dabei ist festzustellen, daß die Beantwortung von Zuhörerbriefen (es handelt sich um praktische Hilfe, die als Orientierungshilfe bezeichnet werden kann) nur 1,3 % (1976 100 Minuten pro Woche, 1978 80 Minuten pro Woche) der gesamten Sendungen ausmachen.

Zwar wurden in dieser Analyse die Inhalte der Programme nicht im einzelnen untersucht, doch ist anzunehmen, daß diese Sendungen in ihrer heutigen Form für die Integration der türkischen Arbeitnehmer in der BRD nicht allzuviel beitragen können. Bezüglich der Kultursendungen (Wortsendungen) wurden bis jetzt z. B. deutschlandbezogene Themen nicht behandelt (wie etwa "Die Andersartigkeit der deutschen Gesellschaft", "Die deutsche Ökonomie und Arbeitswelt", "Das deutsche Schulsystem", "Politisches Leben in Deutschland" oder "Kurze Deutsche Geschichte"), die den türkischen Zuhörern im Hinblick auf die ihnen fremde Umwelt und die Lebensverhältnisse vielseitige Informationen mit Hintergrund bieten könnten.

Zur Herstellung eines gegenseitigen Verständnisses lassen diese Sendungen wenig Hoffnung entstehen. Bis jetzt wurden zum Beispiel solche Programme, die eine indirekte Vermittlung zwischen den beiden Bevölkerungsgruppen leisten könnten, nicht gesendet (wie etwa "Reportage mit deutschen

Nachbarn", "Deutsche Kollegen", "Neue deutsch-türkische Zusammenarbeit", usw. wurden bis jetzt nicht ins Programm aufgenommen).

Da die Abteilung für Auslandssendungen der "TRT" keinen eigenen Redakteur in der BRD hat, werden die Geschehnisse in Deutschland von der Redaktion nicht ausreichend verfolgt. Das Fehlen der deutschlandbezogenen Beiträge ist auch auf die Richtlinien der Sendungen zurückzuführen, die an erster Stelle die Aufrechterhaltung der Bindung der türkischen Zuhörer an ihre Heimat setzen.

3.1.4. Nutzung der Sendungen

Es ist schwer zu beurteilen, wie hoch die Nutzung der speziellen türkischen Sendungen der "TRT" ist, da zur Nutzung dieser Sendungen durch die türkischen Arbeitnehmer zur Zeit keine neuen Angaben vorliegen.

Im Jahre 1963 stellte ABADAN in ihrer Untersuchung fest, daß die speziellen türkischen Sendungen der "TRT" die von den türkischen Arbeitnehmern am meisten rezipierten Hörfunksendungen waren. 33,4 % der Befragten hörten ausschließlich die Sendungen aus der Türkei, während 11,9 % Programme von türkischen und deutschen Sendern einschalteten. ²¹⁴⁾

In der Infratest-Studie von 1966 stellte man fest, daß 52 % der befragten türkischen Arbeitnehmer in der BRD täglich, 19 % mehrmals in der Woche, 6 % einmal in der Woche und 2 % einmal pro Monat die speziellen türkischen Sendungen der "TRT" hörten. ²¹⁵⁾ Außerdem empfangen 67 % der täglichen Hörer der türkischsprachigen Sendungen des ARD-Gemeinschaftsprogrammes auch täglich die Sendungen

der "TRT", während 17 % auch mehrmals wöchentlich diesen Kanal wählten. 216)

Bezüglich der Nutzung spezieller türkischer Sendungen der "TRT" wurde bis jetzt noch keine Untersuchung im Auftrag der türkischen Rundfunkanstalt durchgeführt.

Nach den bisherigen Angaben über die Nutzung der türkischsprachigen Hörfunksendungen und unter Berücksichtigung der inzwischen erweiterten technischen Sendeleistungen ist anzunehmen, daß die "TRT"-Sendungen von dem größten Teil der türkischen Arbeitnehmer in der BRD verfolgt werden. Da diese Sendungen nicht nur nach Deutschland, sondern auch in andere europäische Länder sowie den Nahen Osten ausgestrahlt werden, sprechen sie ein breites türkisches Publikum im Ausland an.

Außerdem kann das Interesse des Publikums an diesen Sendungen über die Auswertung der Hörerpost durch die Abteilung für Auslandssendungen der "TRT" bis zu einem gewissen Grad belegt werden.

3.1.5. Auswertung der Hörerpost

Die Abteilung für Auslandssendungen der "TRT" wertet seit Jahren die Hörerbriefe aus und stellt über sie das Publikumsinteresse an ihren Programmen fest. Diese Briefe werden nach dem Herkunftsland und nach dem Inhalt kategorisiert; die Quantität der Reaktionen auf bestimmte Programme gibt Aufschluß über ihre Nutzung.

Diese Hörerbriefe können keine genauen Indizien für den Nutzungsgrad der Sendungen oder für das tatsächliche Hö-

rerinteresse sein, da nicht festgestellt werden kann, welcher Anteil des Gesamtpublikums Briefe an die Redaktion schreibt. Trotzdem zeigt die Hörerpost in bezug auf das Hörerinteresse und die Beliebtheit bestimmter Sendungen interessante Ergebnisse, die im folgenden Abschnitt zusammenfassend dargestellt werden.

3.1.5.1. Herkunftsland der Hörerbriefe

Bei der Aufschlüsselung der Briefe nach ihrem Herkunftsland, kommt die BRD an erster Stelle. Mehr als die Hälfte der gesamten Zuhörerpost wird von den in der BRD beschäftigten türkischen Arbeitnehmern geschrieben, was daher rührt, daß hier die meisten türkischen Arbeitnehmer leben.

Es folgen Frankreich und dann die anderen europäischen Länder, in denen türkische Arbeitnehmer beschäftigt sind. Die Aufschlüsselung nach Herkunftsländern zeigt eindeutig, daß der Großteil des Publikums der "TRT-Sendungen sich in Mitteleuropa und zum Teil in Skandinavien aufhält.

Nach der Feststellung der Abteilung für Auslandssendungen der "TRT" verteilen sich die Hörerbriefe nach dem Herkunftsland im einzelnen in folgender Weise:

Tabelle 8: Die Verteilung der Hörerpost für die Sendungen "Stimme der Türkei" nach dem Herkunftsland.217)

HERKUNFTSORT DER BRIEFE	ANGABEN VON VERSCHIEDENEN MONATEN									
	Von April bis Dezember 1972		April 1973		Juni 1975		Juni 1976		Januar, Feb- ruar, März 1978	
	Abs.	in %	Abs.	in %	Abs.	in%	Abs.	in%	Abs.	in%
BRD	11.142	74.8	3600	75.3	899	63.9	233	60,6	773	44.3
FRANKREICH.	965	6.4	372	7.7	254	18,0	56	14.5	304	17.4
HOLLAND	848	5.7	292	6.1	64	4.6	29	7.5	119	6.8
ÖSTERREICH.	765	5.1	240	5,0	102	7.2	37	9.6	104	5.9
SCHWEIZ	571	3.8	99	2.0	28	1.9	5	1.3	6	0.3
SKANDINAVISCHES										
LANDER	295	1.9	85	1.7	18	1.2	6	1.5	75	4.3
BELGIEN	170	1.1	61	1.2	12	0.8	5	1.3	13	0.7
ENGLAND	65	0.4	19	0.4	8	0.5	3	0.7	7	0.4
NAHER OSTEN	18	0,02	5	0.1	9	0.6	2	0.4	322	18.3 (x)
BALKANLANDER.	23	0.1	2	0.04	4	0.2	5	1.3	2	0.1
ANDERE LANDER	24	0.1	4	0.08	7	0.5	3	0.7	16	0.9
GESAMT	14.877	100	4779	100	1405	100	384	100	1741	100

(x) Die Zunahme bei dieser Gruppe ist wegen 218 Briefe aus Saudi Arabien und 92 aus Libyen entstanden, da seit Mitte der 70er Jahre einige tausende türkische Arbeitnehmer auch dort beschäftigt sind.

3.1.5.2. Inhalt der Hörerbriefe

In mehr als der Hälfte dieser Briefe handelt es sich um Musikwünsche der Hörer. Gewünscht werden meistens türkische Volkslieder (89,1 % der Musikwünsche im Januar, Fe-

bruar, März 1978); gefolgt von klassischen, türkischen Liedern und türkischen Schlagnern. ²¹⁸⁾

Außer Musikwünschen werden in diesen Briefen insbesondere folgende Themen behandelt:

1. Kritik an den Programmen; hier wird einerseits auf die mangelhafte Leistungsstärke der Sender, sowie auf Empfangsstörungen hingewiesen, andererseits werden die Programminhalte gelobt, kritisiert oder Programmänderungsvorschläge angeregt. Inwieweit diese nun bei der Herstellung von Programmen berücksichtigt werden, ist unbekannt.

2. Fragen aus der Arbeits- und Lebenswelt; hier handelt es sich schwerpunktmäßig um Fragen aus der Arbeitswelt. Die Hörer erbitten von der Redaktion Hinweise auf Themen wie Kindergeld, Rentenrecht, Arbeitsunfälle, Arbeitslosenunterstützung, Illegalenbeschäftigung usw..

Solche Zuschriften werden in der Sendung "Briefkasten" beantwortet. Falls dabei auch Geschäftsbereiche eines türkischen Ministeriums tangiert werden, werden die entsprechenden Ministerien oder Behörden um Informationen dazu gebeten.

Mit dieser Arbeit leistet die Abteilung für Auslandssendungen der "TRT" - wie eine Betreuungsorganisation - eine Orientierungshilfe für die türkischen Arbeitnehmer im Ausland.

3. Kritische Bemerkungen über die Entwicklung der Türkei, die türkische Gesellschaft oder das Verhalten von Landsleuten im Ausland; fast jeden Monat gehen Briefe ein, in denen die Hörer ihre sozioökonomischen und politischen Vorstellungen in bezug auf die Türkei oder die Türken äußern. Teils werden für die Entwicklung des Landes persönliche Ratschläge gegeben, die sich oft auf in der BRD gemachte Erfahrungen stützen; ²¹⁹⁾ teils wird das Verhal-

ten der Landsleute im Ausland kritisiert, wenn dieses nicht mit türkischen Sitten übereinstimmt. ²²⁰⁾

4. Allgemeine Fragen und Beschwerden; in vielen Briefen werden Beschwerden und Fragen über die Zollabfertigung sowie das Benehmen von Zollbeamten, über die Post- und Verkehrsverbindungen vorgebracht. Viele Hörer bitten die Redaktion bei verlorengegangenen Postsachen oder verspäteten Geldüberweisungen um Hilfe und kritisieren das Fehlverhalten von Beamten.

Weiterhin beschwert man sich über deutsche oder türkische Behörden.

5. Verschiedene Themen; in einigen Briefen werden religiöse und familiäre Themen, Bildungsprobleme der Kinder, Anpassungsschwierigkeiten, das Gesundheitswesen, ²²¹⁾ sowie Fragen aus Kultur und Tourismus behandelt.

Im einzelnen verteilen sich die Hörerbriefe auf folgende Themen:

Tabelle 9: Die Verteilung der Hörerpost für die Sendungen "Stimme der Türkei" nach ihren Inhalten. 222)

THEMEN DER BRIEFE	ANGABEN VON VERSCHIEDENEN MONATEN			
	Juni 1976		Januar, Februar, März 1978	
	Abs. in %		Abs. in %	
1. MUSIKWÜNSCHE	265	69.0	912	52.3
2. FRAGEN AUS DER ARBEITS- UND LEBENSWELT	13	3.3	146	8.3
3. KRITISCHE BEMERKUNGEN ÜBER DIE ENTWICKLUNGSPROBLEME DER TÜRKEI.	25	6.5	77	4.4
4. KRITISCHE BEMERKUNGEN ÜBER DIE TÜRKISCHE GESELLSCHAFT	13	3.3	-	-
5. KRITISCHE BEMERKUNGEN ÜBER DAS VERHALTEN VON LANDSLEUTEN IM AUSLAND	3	0.7	-	-
6. FRAGEN UND BESCHWERDEN ÜBER ZOLLVERFAHREN.	21	5.4	59	3.3
7. FRAGEN UND BESCHWERDEN ÜBER POST-UND VERKEHRSVERBINDUNGEN	14	3.6	42	2.4
8. ALLGEMEINE BESCHWERDE ÜBER BEHÖRDEN	1	0.2	43	2.4
9. RELIGIÖSE UND FAMILIÄRE THEMEN	2	0.5	43	2.4
10. BILDUNGSPROBLEME DER KINDER.	3	0.7	17	0.9
11. GESUNDHEITSPRAGEN	4	1.0	13	0.7
12. ANPASSUNGSSCHWIERIGKEITEN.	2	0.5	10	0.5
13. KULTUR UND TURISMUS	1	0.2	7	0.4
14. BRIEFE FÜR KINDERSENDUNGEN	-	-	199	11.4 (x)
15. PROGRAMMKRITIK	17	4.4	173	9.9
G E S A M T	348	100	1741	100

(x)-Die Zunahme bei dieser Gruppe ist auf ein Preisausschreiben in diesem Programm zurückzuführen.

In solchen Briefen läßt sich die Situation der türkischen Arbeitnehmer im Ausland, ihre Verantwortlichkeit gegenüber ihren Familienangehörigen, ihre positiven oder negativen Beobachtungen in den europäischen Industriege-
sellschaften sowie ihre Erwartungen von verschiedenen
Stellen und von ihren Landsleuten erkennen.

Eine Vielzahl von Leserbriefen mit kritischen Bemerkun-
gen gehen auch in den in der BRD erscheinenden türkischen
Tageszeitungen ein. Eine solche aktive Haltung der tür-
kischen Medienrezipienten im Ausland ist indes beim Pub-
likum in der Türkei nicht anzutreffen.

3.2. "Türkler İcin Yayın" das türkische ARD-Gemein- schaftsprogramm - Hörfunksendung der deutschen Hörfunkanstalten

3.2.1. Zur Entwicklung der Sendungen

Anfang der 60er Jahre diskutierte man über die Art und
Weise der Rundfunksendungen von deutscher Seite für die
ausländischen Arbeitnehmer. "Die Rundfunkanstalten erwo-
gen zuerst, ob man Programme von den Rundfunksendern der
Heimatländer zusammenstellen und in die Bundesrepublik
überspielen lassen sollte. Zu dieser Hilfe hatte sich zum
Beispiel die italienische Rundfunk- und Fernsehgesell-
schaft RAI angeboten. Trotzdem entschloß man sich nicht
dazu. Denn es galt nicht nur ein Programm zu senden, das
die Italiener oder Spanier mit ihrer Heimat verbunden hät-
te, sondern der Rundfunk mußte ihnen helfen, daß sie sich
in der Bundesrepublik an ihrem Arbeitsplatz zurechtfinden.
Sie mußten mit den Problemen vertraut werden, die sich ih-
nen im Gastland stellten. Dieser Aufgabe aber konnten und
können nur die deutschen Rundfunkanstalten gerecht werden."²²³

Bei der Einführung der Sendungen wurde zwar von der Notwendigkeit einer publizistischen Betreuung der ausländischen Arbeitnehmer ausgegangen, aber im Hintergrund standen auch sozial-politische Überlegungen. "Von 1960 an fordern Wohlfahrtsverbände, Parteien und Bundesregierung fremdsprachige Hörfunksendungen für die in der Bundesrepublik lebenden ausländischen Arbeitnehmer, um den Programmsendungen aus dem Ostblock entgegenzuwirken."²²⁴⁾ "Eine gewisse politische Problematik der Ausländerprogramme hat selbstverständlich immer eine Rolle gespielt, da sie aus politischen und sozialen Gründen eingeführt wurden. Von deutscher Seite ging es um die Abwehr unerwünschter politischer Einflüsse aus dem Osten und um die soziale und gesellschaftliche Einordnung der Ausländer."²²⁵⁾

Im Jahre 1961 wurde mit der Ausstrahlung der speziellen Sendungen von deutschen Rundfunkanstalten für die ausländischen Arbeitnehmer in der BRD begonnen. Da Anfang der 60er Jahre die italienischen Arbeitnehmer den größten Anteil der ausländischen Arbeitnehmerschaft stellten, wurden die ersten Sendungen für sie ausgestrahlt. "Nach den italienischen Sendungen wurden bereits 1962 Sendungen in griechischer und spanischer Sprache eingerichtet, 1964 (ab 1. Juni 1964) folgten die Sendungen in türkischer und 1970 in serbo-kroatischer Sprache. Die anfangs auf 15 - 30 Minuten beschränkten Sendungen wurden auf 45 Minuten pro Sprachgruppe ausgedehnt, im Zusammenhang mit der Aufnahme der serbo-kroatischen Sendungen im Jahre 1970 allerdings wieder auf 40 Minuten verkürzt."²²⁶⁾

In einer Vereinbarung der Landesrundfunkanstalten wurde im Jahre 1964 (der SFB trat 1966 bei) festgelegt, daß die Sendungen für die ausländischen Arbeitnehmer als tägliches Gemeinschaftsprogramm im ganzen Bundesgebiet mit der

Gleichberechtigung aller Sprachgruppen ausgestrahlt werden sollten. Weiter wurde die Produktion und die redaktionelle Gestaltung dem BR und dem WDR übertragen. 227)

Die griechischen, italienischen (mit regionalem Bezug) und spanischen Programme werden vom BR, die serbo-kroatischen, italienischen (mit regionalem Bezug) und türkischen Programme vom WDR hergestellt.

Der 40minütige türkische Teil des ARD-Gemeinschaftsprogramms wird täglich zwischen 17.40 - 18.20 Uhr im Sendegebiet von WDR, NDR, HR, SDR (samstags/sonntags), RB und zwischen 21.00 - 21.40 Uhr im Sendegebiet von BR, SWF, SFB, SDR (montags/freitags) ausgestrahlt.

Dieses türkische Programm ist im ganzen Bundesgebiet zu empfangen.

Tabelle 10: Tägliches ARD-Gemeinschaftsprogramm für ausländische Arbeitnehmer in der BRD. 228)

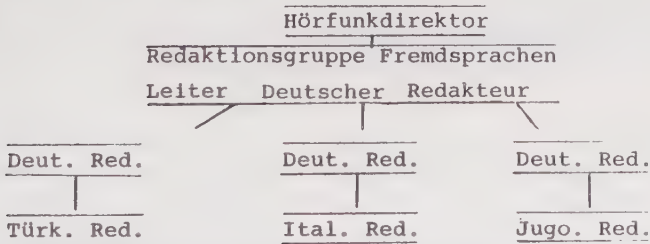
SENDUNG	SENDEANSTALT	SENDEZEIT	ÜBERNAHME	ÜBERNAHME
Türkisch	WDR	17.40 - 18.20	NDR, RB, HR SDR (sams./sonn.)	um 21.00-21.40h BR, SWF, SFB, und SDR (mon./frei.)
Serbo-kroatisch	WDR	18.20 - 19.00	NDR, RB, HR, SDR (sams./sonn.)	um 21.40-22.20h BR, SWF, SFB, und SDR (mon./frei.)
Italienisch	BR WDR	19.00 - 19.40	NDR, RB, HR, SFB, SWF, SDR (vom BR)	
Spanisch	BR	19.40 - 20.20	WDR, NDR, RB, HR, SDR, SWF, SFB	
Griechisch	BR	20.20 - 21.00	WDR, NDR, RB, HR, SDR, SWF, SFB	

3.2.2. Organisation der Redaktion

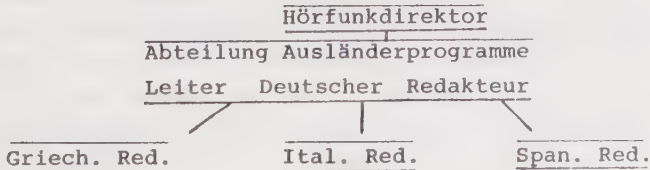
Die Redaktionen sind bei den zuständigen Rundfunkanstalten unterschiedlich organisiert. Die ausländischen Redakteure sind zwar den deutschen Kollegen in Rechten und Pflichten gleichgestellt, aber im WDR arbeitet jede ausländische Redaktion unter der Leitung deutscher Redakteure. Im BR entsteht die Sendung unter dem Motto "Ausländische Redakteure produzieren für ihre Landsleute" ²²⁹⁾ und die Programmgestaltung ist in die Verantwortung ausländischer Journalisten und einem deutschen Leiter gelegt. ²³⁰⁾

Tabelle 11: Organisationsschema der Redaktionen des ARD-Gemeinschaftsprogrammes.

WDR



BR



Im WDR arbeiten vier fest angestellte türkische Redakteure unter der Leitung eines deutschen Redakteurs, die Berufsjournalisten sind. Drei von ihnen haben eine Hochschulausbildung, jedoch nicht im Fachbereich Journalismus. Sie sind ehemalige Mitarbeiter der Deutschen-Welle, türkische Abteilung.

Außerdem sind einige türkische freie Mitarbeiter in Stuttgart, München, Frankfurt und Berlin tätig, welche ab und zu Berichte beisteuern.

Die türkischen Redakteure sind gleichzeitig Programmsprecher. Jeder Redakteur ist imstande, sowohl Musikprogramme als auch Wortsendungen vorzubereiten.

3.2.3. Programmgestaltung

"Die tägliche ARD-Gemeinschaftssendung wird für die fünf Sprachgruppen sowohl in der Form, als auch im Inhalt ähnlich gestaltet. In ihrer Form kann sie als Magazinsendung beschrieben werden, die Nachrichten, Berichte und Reportagen sowie Musik- und Unterhaltungssendungen enthält."²³¹⁾

Derart wird das türkische ARD-Gemeinschaftsprogramm seit Jahren nach einem bestimmten Wochenschema gesendet. Das Programm beginnt mit einer Kennmelodie. Jeden Tag werden Berichte aus der Türkei, aus Deutschland und aller Welt angeboten. Die türkische Redaktion beim WDR hat einen direkten Telefonkontakt zu der privaten türkischen Nachrichtenagentur ANKA und einem Korrespondenten, weiter eine Telexverbindung mit der halbstaatlichen anatolischen Nachrichtenagentur AA, die in Ankara beheimatet ist. Die Türkeiberichte werden aus dem Informationsmaterial dieser Quellen hergestellt.

Ab und zu werden Berichte von einem freiberuflichen Korrespondenten aus Brüssel gesendet, wobei es sich meist um die Türkei-EG- und Türkei-NATO-Beziehungen handelt.

Deutschland- sowie Weltnachrichten werden von den großen Agenturen und den Quellen des WDR in Kurzform übernommen. Falls sich in den Gastarbeiterballungszentren in der BRD etwas ereignet, was von speziellem Interesse für die türkischen Arbeitnehmer ist, berichtet ein freier Mitarbeiter von dort per Telefon direkt.

Selten werden kurze Kommentare aus der deutschen Presse über Türkei-probleme verlesen.

Einmal pro Woche, am Mittwoch, werden in einem Gesundheitsmagazin "Der Arzt hat das Wort" Ratschläge erteilt. Am Donnerstag wird ein religiöses Programm gesendet, das vom türkischen Rundfunk TRT auf Band aufgenommen wurde. Wechselweise wird ein Ausschnitt aus dem Koran auf arabisch verlesen und auf türkisch erklärt oder über ein religiöses Thema gesprochen.

Zweimal in der Woche werden Zuhörerfragen von einem türkischen Mitarbeiter der Arbeiterwohlfahrt beantwortet. Bei dieser ca. siebenminütigen Sendung handelt es sich meist um die Probleme aus dem Arbeits- und Berufsleben (arbeitsrechtliche Fragen; Rentenrecht; Krankenkasse; Steuerzahlungen; Schulfragen der Kinder; sowie Probleme mit den Arbeitsämtern oder der Ausländerpolizei).

Außerdem werden den Zuhörern Bekanntmachungen und Hinweise von Ministerien und Behörden geboten, welche ein einfaches Zurechtfinden in Deutschland herbeiführen sollen. Zusammen wird eine Orientierungshilfe für die türkischen Zuhörer geleistet.

Übrigens werden in einem Rechtsberatungsteil unter dem Titel "Kara kitabın dedikleri" in unregelmäßigen Abständen die wesentlichen rechtlichen Probleme der ausländischen Arbeitnehmer behandelt.

Ebenso kommen 10- bis 20minütige Beiträge über türkische Kultur oder anlässlich eines besonderen türkischen Festtages vor. Auch die Probleme der türkischen Arbeitnehmer und ihrer Kinder in der BRD werden in solchen besonderen Programmen behandelt.

Bei den Musiksendungen handelt es sich hauptsächlich um türkische Volksmusik, Schlager und zum Teil klassische türkische Musik, welche entweder von Zuhörern gewünscht wurden oder vom türkischen Rundfunk TRT gelieferte Bänder sind.

Im ARD-Gemeinschaftsprogramm wird keine Werbung gesendet.

Das türkische Programm wird in Zusammenarbeit aller daran beteiligten Redakteure vorbereitet. Die jeweiligen neuen Programmentwürfe stammen meist von türkischen Redakteuren, werden dann gemeinschaftlich diskutiert und in der Regel vom deutschen Abteilungsleiter gebilligt. ²³²⁾

Im Laufe der Zeit hat sich eine enge Zusammenarbeit mit den Behörden oder Organisationen entwickelt, die sich mit der Betreuung der türkischen Arbeitnehmer beschäftigen. Der Bundesarbeitsminister und der Vorsitzende des DGB kommen in den ARD-Gemeinschaftsprogrammen zu Wort, wenn sie den Hörern etwas zu sagen haben ²³³⁾ - was in der Tat jedoch selten passiert -.

3.2.4. Richtlinien der Sendungen

Die Sendungen für ausländische Arbeitnehmer unterliegen den deutschen Rundfunkgesetzen, sowie den publizistischen Grundsätzen der Sendeanstalten. Im allgemeinen gelten die deutschen Maßstäbe für die Kommunikationsfreiheit und für die publizistische Arbeit auch für diese Sendungen und die jeweiligen Redakteure.

In einer Studie der deutschen UNESCO-Kommission, in der die Hörfunk- und Fernsehsendungen der deutschen Rundfunkanstalten für ausländische Arbeitnehmer ausführlich behandelt wurden, wurden die Grundsätze dieser Sendungen " - unabhängig von der staatlichen Ausländerpolitik - " entsprechend einer Formulierung der für diese Sendungen verantwortlichen Redakteure, im einzelnen folgenderweise dargestellt:

1. Die Sendungen sind primär für die Bedürfnisse der ausländischen Arbeitnehmer im täglichen Leben konzipiert und zielen nicht darauf, über sie politischen Einfluß auf die Heimatländer zu nehmen.
2. Die Sendungen beabsichtigen, den ausländischen Arbeitnehmern Informationen und Kenntnisse zu vermitteln und sie zu befähigen, in vielen Bereichen ihre Rechte und Chancen zu nützen.
3. Die Sendungen bemühen sich um die Wahrung der nationalen Identität der Ausländer durch Informationskontakte mit dem Heimatland unter gleichzeitiger Förderung der Integration in die deutsche Bevölkerung.
4. Die Sendungen sollen praxisnah gestaltet werden; praktische Orientierungshilfe leisten; und neben den Informations- auch Bildungs- und Unterhaltungsbedürfnisse befriedigen. ²³⁴⁾

Während meines Informationsgespräches im Mai 1978 mit dem verantwortlichen deutschen Redakteur für die türkischen Sendungen bei WDR wurde das Ziel der Sendungen in dieser Weise formuliert und dabei auf die Betreuung der zweiten Generation, die türkischen Kinder und Jugendlichen in der BRD besonders hingewiesen.

Es ist festzustellen, daß diese Richtlinien grundsätzlich auf eine "Doppelaufgabe" konzipiert sind; nämlich die Verbindung mit dem Gastland BRD einerseits, sowie den Kontakt zur Heimat Türkei andererseits zu pflegen. Welche von diesen zwei Funktionen nun in den Programmen schwerpunktmäßig behandelt wird, soll im folgenden Abschnitt dargestellt werden.

3.2.5. Analyse des türkischen ARD-Gemeinschaftsprogrammes

Unter der Berücksichtigung der Diskussion um die Aufgaben des Medienangebotes für die ausländischen Arbeitnehmer in der BRD (Kapitel 2.1., S. 36 ff.) habe ich das türkische ARD-Gemeinschaftsprogramm auf seine Programmsparten hin analysiert, um den wesentlichen Schwerpunkt des Programmes empirisch festzustellen.

3.2.5.1. Analysematerial und -zeitraum

Das türkische ARD-Gemeinschaftsprogramm wird nach einem Sendeplan vorbereitet, der sich in bestimmte Programmsparten untergliedert. Im allgemeinen hat eine Sendung dabei folgenden Ablauf:

Es wird mit Musik angefangen, woran sich wichtige Bekanntmachungen, Informationen schließen. Immer werden zunächst

die Türkeiinachten und dann die Deutschland- und Welt-
nachrichten angeboten.

Einmal in der Woche werden weitere Wortsendungen "Der
Arzt hat das Wort" und "Religiöses Wort" und zweimal
"Antworten auf Hörerbriefe" ausgestrahlt.

Besondere Wortsendungen werden meist an Wochenenden und
Feiertagen gesendet. Dabei werden Wortsendungsblöcke je-
weils mit Musik verbunden.

Nur bei besonderen Anlässen werden bestimmte Programmteile
im Vergleich zu dem sonst üblichen, täglichen Sendesche-
ma etwas abgeändert. Als solche können beispielsweise
der Besuch eines türkischen Ministers in der BRD oder ein
aktuelles Problem der Ausländerbeschäftigung angeführt
werden.

Nach meinen bisherigen Beobachtungen ²³⁵⁾ und nach Angaben
der Redakteure dieser Sendungen ²³⁶⁾ erreicht das Ver-
hältnis von Musik- zu Wortprogrammen in den Sommermona-
ten (besonders Juli und August) einen Wert von 50 : 50,
da die meisten Zuhörer in ihren Heimatländern im Urlaub
sind.

Für meine Analyse nun habe ich unter Beachtung dieses Sach-
verhaltes je eine Woche aus den Monaten Mai 1978, Novem-
ber 1978 und März 1979 ausgewählt. Die dreiwöchigen tür-
kischen Sendungen (1. 22. - 28. Mai 1978, 2. 23. - 29.
November 1978 und 3. 11. - 17. März 1979) wurden in die-
ser Arbeit nach Programmsparten analysiert. So entsprechen
die ausgewählten drei Wochen dem normalen Ablauf des zu
Rede stehenden Programmes.

Während dieser Untersuchungszeit wurde der normale Sende-
plan wegen irgendeines besonderen Anlasses nicht geändert.

Die wesentlichen Geschehnisse während dieses Zeitraumes waren die folgenden: in der Mai-Woche in der Türkei: Treffen des nationalen Sicherheitsrates, Unruhen an den Universitäten, neue Preissteigerungen, Jahresfeier der Revolution am 27. Mai.

In der BRD und Welt: in Hamburg fand der DGB-Kongreß statt; die Königin von England besuchte die BRD; Konflikt in Zaïre, Gespräche über die Begrenzung der A-Waffen bei der UNO; Besuch des türkischen Premiers in Brüssel.

In der November-Woche in der Türkei: Debatten über den Fünfjahresentwicklungsplan im türkischen Parlament; Energie-Konferenz in Istanbul; Gewerkschaftsaktivitäten; blutige Unruhen.

In der BRD und Welt: Streikvorbereitungen der IG-Metall; die deutsch-jugoslawischen Beziehungen (Terroristenfahndung); Unruhen im Iran; Sektenmord in Guyana; Schicksal der Vietnamflüchtlinge.

In der März-Woche in der Türkei: die Diskussionen um die Wirtschaftskrise. Neue ökonomische Konzepte der Regierung; Auflösung des CENTO-Pakts. Die Demonstrationen der Oppositionspartei.

In der BRD und Welt: Spionagefälle; Diskussionen um die Bundespräsidentenkandidaten; Landtagswahlvorbereitungen; Bemühungen um die Friedensabkommen zwischen Israel und Ägypten.

In diesen drei Wochen wurden die türkischen Sendungen verfolgt und jeder einzelne Programmteil bzw. Beitrag von Anfang bis Ende, d. h. dem Beginn des nächsten Teiles in Minuten aufgeschlüsselt. Insgesamt wurden 21 Sendungen à 40 Minuten analysiert. Die Summe dieser insgesamt 840 Programm-Minuten wurde dann in die von der Sendeanstalt angegebenen Programmsparten unterteilt. Dabei wurden folgende Inhaltskategorien aufgestellt:

3.2.5.2. Inhaltskategorien

Musik: Zu dieser Kategorie gehören alle Musiksendungen.
Nachrichten aus der Türkei: Diese Kategorie bezieht sich auf Nachrichten, die von Korrespondenten oder von Nachrichtenagenturen aus der Türkei übermittelt und unter dem Titel "Türkiye'den Haberler" (Nachrichten aus der Türkei) gesendet werden. Ebenso gehören auch Sportmeldungen dazu, welche auf dieselbe Weise aus der Türkei in die BRD gelangen.

Nachrichten aus Deutschland und aus der Welt: Diese Kategorie bezieht sich auf die Deutschland- und Weltgeschehnisse, die in der Sendung eben unter demselben Titel "Almanya ve Dünya Haberleri" (Deutschland- und Weltberichte) angeboten werden.

Orientierungshilfe: zu dieser Kategorie gehören zunächst die Antworten auf Hörerbriefe, die zweimal wöchentlich unter dem Titel "Türk-Danış mektuplara cevap veriyor" (Arbeiterwohlfahrt beantwortet die Briefe) ausgestrahlt werden -, dann alle Informationen, Mitteilungen aus dem Arbeits- und Berufsleben in der BRD (Arbeitsmarkt, Ausländerbeschäftigung, Tarifabschlüsse, Gewerkschaftsinformationen, Mietrecht, Steuerfragen, Kindergeld, Schulprobleme der Kinder usw.); schließlich die Bekanntmachungen von Behörden und Institutionen, sowie Termine und Hinweise für verschiedene Veranstaltungen.

Verschiedene Wortsendungen: unter dieser Kategorie wurden das Programm "Doktorunuz Konuşuyor" (Der Arzt hat das Wort) und das "Dinî Konuşma" (Religiöses Wort) und die zu besonderen Anlässen gesendeten Programme subsumiert, die aus ihrem Titel zu erkennen waren.

Sonstiges: unter Sonstiges wurden die Beginn- und Schlußsignale und Programmvorschauen aufgeführt.

Die Ergebnisse sind nach absoluten Werten in Minuten und prozentuellen Anteilen in der Tabelle 12 dargestellt.

Tabelle 12: Inhalt des türkischen ARD-Gemeinschaftsprogrammes nach Programmparten.

PROGRAMMSPARTEN		GESAMTSENDEZEIT			
	1. Untersuchungs- woche 22-28 Mai 1978	2. Untersuchungs- woche 23-29 Novem. 1978	3. Untersuchungs- woche 11-17 März 1979	Gesamt	
	Minute Abs. in %	Minute Abs. in %	Minute Abs. in %	Minute Abs. in %	
MUSIK.	102 36.4	76 27.1	93 33.2	271 32.2	
NACHRICHTEN AUS DER TÜRKEI.	78 27.8	71 25.3	54 19.3	203 24.1	
(darunter Sportmeldungen). (1) (2.1)		(10) (3.5)	(5) (1.7)	(15) (1.8)	
NACHRICHTEN AUS DEUTSCHLAND U. DER WELT. 31 11.0		41 14.6	35 12.5	107 12.7	
ORIENTIERUNGSHILFE 33 11.8		44 15.7	54 19.3	131 15.5	
(darunter Antworten auf Zuhörerbriefe, . . . (11) (3.9)		12 (4.3)	13 (4.6)	(36) (4.2)	
verschiedene Informatio- nen, Bekanntmachungen).. (22) (7.8)		32 (11.4)	41 (14.1)	(95) 11.3)	
VERSCHIEDENE WORTSENDUNGEN. 33 11.8		45 16.0	40 14.1	118 14.0	
(darunter "Der Arzt hat das Wort",. (5) (1.7)		(5) (1.7)	(4) (1.4)	(14) (1.6)	
"Religiöses Wort", . . . (8) (2.8)		(7) (2.5)	(7) (2.5)	(22) (2.6)	
und besondere Programme). (20) (7.1)		(33) (11.8)	(29) (10.3)	(82) (9.7)	
SONSTIGES. 3 1.0		3 1.0	4 1.4	10 1.2	
GESAMT	280 100	280 100	280 100	840 100	

3.2.5.3. Die Ergebnisse

Im allgemeinen besteht das türkische ARD-Gemeinschaftsprogramm zu 1/3 aus Musik- und zu 2/3 aus Wortsendungen. Unter Wortsendungen kommen an erster Stelle durchschnitt-

lich mit 24,1 % Nachrichten aus der Türkei (einschließlich Sportmeldungen) gefolgt von Orientierungshilfe (15,5 %), verschiedene Wortsendungen (14,0 %) und Deutschland und Weltnachrichten (12,7 %).

Der Nachrichtenteil des Programmes besteht zu 65,5 % aus Heimatnachrichten und jeweils zu 17,5 % aus Deutschland- und Weltnachrichten.

Die Zunahme bei den Beiträgen zur Orientierungshilfe in der zweiten und dritten Untersuchungswoche ist zum Teil auf die ausführliche Berichterstattung über die Streikvorbereitungen der IG-Metall, über eine Sitzung des DGB bezüglich der Probleme von Gastarbeiterkindern und ein Interview mit dem türkischen Minister für soziale Sicherheit zurückzuführen.

Die Musiksendungen bestehen nur aus türkischer Musik. Sie sind türkisches Kulturgut und bringen eine heimatliche Atmosphäre. Die Nachrichten aus der Türkei lassen das Interesse der türkischen Zuhörer an den Heimatgeschehnissen weiterbestehen. Die Sportmeldungen aus der Türkei, die grundsätzlich aus Meldungen vom türkischen Fußball bestehen, halten das Interesse der türkischen Fußballfreunde an ihren Vereinen wach. Die religiöse Sendung vermittelt dem gläubigen türkischen Zuhörer die Atmosphäre der heimatlichen islamischen Welt. Etwa die Hälfte der besonderen Programme (da sie, wie vorher erwähnt, teils aus deutschland- und teils aus türkeibezogenen Themen bestehen) beinhalten im allgemeinen heimatliche Kultur-elemente und ein nationales Bewußtseinsgefühl. Wenn diese Beiträge, die Musiksendungen (32,2 %), die Nachrichten aus der Türkei (24,1 %), das religiöse Wort (2,6 %) und etwa die Hälfte der besonderen Programme (4,8 %) zusammen-

gefaßt werden, dann ergibt sich, daß durchschnittlich 64 % der Sendungen aus Beiträgen bestehen, die der Aufgabe Verbindung zur Heimat und Aufrechterhaltung der nationalen Identität der türkischen Arbeitnehmer dienen.

An zweiter Stelle erfüllen die Sendungen die Funktion einer Orientierungshilfe.

Die Deutschlandgeschehnisse werden in den Sendungen sehr begrenzt behandelt. Die Deutschland- und Weltnachrichten werden meist in kurzen Beiträgen angeboten, die sich auf die wichtigsten Geschehnisse beschränken. Davon sind etwa die Hälfte nur Deutschlandbeiträge. Sie betreffen also nur ca. 6 - 7 % der gesamten Sendungen.

Die sogenannten integrationsorientierten Beiträge waren in meinem Untersuchungszeitraum nicht klar auszumachen. Im Grunde genommen ist es ziemlich schwer festzustellen, inwieweit solche Sendungen zu einer Integration beitragen können.

In einer UNESCO-Studie werden diesbezüglich z. B. Sprachkurse, Hintergrundinformationen, Institutionenkunde, Klärung wichtiger Begriffe und Abkürzungen wie TÜV, AOK, ARD usw., Beantwortung von Hörerfragen genannt.²³⁷⁾ In den Unterlagen des BR stellt man unter "Integrationshilfe" Sprachkurse, Programme wie "Die Bundesrepublik und ihre Länder", "Kleines Lexikon": Erklärung von Begriffen und Organisationen vor.²³⁸⁾

Wenn die Deutschlandnachrichten und die Beiträge zur Orientierungshilfe als Integrationshilfe zusammengefaßt werden, dann kann ein Anteil von ca. 17 % der Sendungen als Integrationshilfe betrachtet werden. Diese geschätzte

Angabe ist allerdings kein Indiz für die integrative Rolle der Sendungen.

Resultat dieser Analyse aber ist und bleibt, daß die zu Rede stehenden Sendungen keine Doppelaufgabe erfüllen, sondern an erster Stelle die Verbindungen der türkischen Arbeitnehmer zu ihrer Heimat herstellen und sie sich nicht an dem Gastland BRD, sondern vor allem an dem Heimatland orientieren. ²³⁹⁾

Warum die Verbindung zur Heimat und zur heimatlichen Kultur bevorzugt behandelt wird, scheint einerseits eine Folge der Ausländerbeschäftigungspolitik der BRD, andererseits auch Folge der Zuhörerbedürfnisse zu sein. Ein Bedarf an Heimatinformationen und heimatliche Musik ist aus Hörerumfragen abzulesen. Die Ergebnisse einer Infertest-Studie bestätigten höhere Nutzungsgrade der Heimatnachrichten. Es wurde weiter festgestellt, daß die Beiträge, die sich mit deutschen Fragen oder der deutschen Sprache befaßten, die niedrigsten Nutzungswerte hatten. ²⁴⁰⁾

Welche Sendungen die ausländischen Arbeitnehmer von den deutschen Rundfunkanstalten hören wollten, wurde in den Untersuchungen von MEHRLÄNDER und NEULOH zum Teil behandelt. In der MEHRLÄNDER-Studie geben 61 % der befragten ausländischen Arbeitnehmer die Berichte an, die auf Bindungen an das Heimatland schließen lassen. ²⁴¹⁾

Auch NEULOH stellt dieselbe Tendenz bei den türkischen Arbeitnehmern in der BRD fest (u. a. 60,1 % der Befragten hören gerne die Heimatnachrichten, 18,4 % die Volksmusik und 10,4 % alles) und kommt zu dem Schluß, daß die Hörfunksendungen an erster Stelle der Informationsbeschaffung über Vorgänge in der Türkei dienen. ²⁴²⁾

Nach NEULOH wirken diese Sendungen im Zusammenhang mit dem Leben in Deutschland nur wenig als Mittel zur Integration, sondern bedeuten eher ein Stück Heimat. "Allgemein gesehen sind sie eher eine Fortsetzung des türkischen, als eine Einführung in das deutsche Leben, also gegen eine Loslösung der Arbeiter von ihrer Heimat, was auch eine wichtige Aufgabe des Rundfunks ist." ²⁴³⁾

3.2.6. Nutzung der Sendungen

Die Ergebnisse der empirischen Untersuchungen über die Mediennutzung der ausländischen Arbeitnehmer (Kapitel 2.3.2.2., S. 81 ff.) machen deutlich, daß die Nutzung der ARD-Gemeinschaftsprogramme recht hoch ist.

Die bereits Anfang der 70er Jahre getroffene Feststellung wird in den neuesten Untersuchungen von MARPLAN bestätigt. "Die Nutzung der Sendungen für Ausländer in der Bundesrepublik ist in allen Fällen recht hoch: d. h. die Zielgruppe dieser Sendungen wird in einem beachtlichen Ausmaß erreicht. Allerdings hat im Vergleich zu 1975 die Fernsehbeteiligung zu- und die Hörfunkbeteiligung abgenommen. Das dürfte auf eine höhere Ausstattung der Gastarbeiterhaushalte mit Fernsehgeräten zurückzuführen sein." ²⁴⁴⁾

Folgende Tabelle gibt Aufschluß über die Nutzungshäufigkeit der ARD-Gemeinschaftsprogramme durch die fünf relevanten Gastarbeitergruppen:

Tabelle 13: Nutzungshäufigkeit der ARD-Gemeinschaftsprogramme. 245)

	Spanier in %	Italiener in %	Jugoslawen in %	Griechen in %	Türken in %
Täglich	27,0 25,5 21,1	33,5 16,2 7,7	23,0 13,3 9,8	27,7 22,3 17,4	37,0-1973 31,3-1975 22,1-1977
Mehrmals in der Woche	22,8 25,0 21,1	20,7 28,6 20,9	21,3 29,4 25,3	22,3 31,2 21,7	20,9 23,3 24,6
Gelegentlich	34,2 38,0 47,4	25,4 39,7 49,8	29,6 43,5 50,8	31,7 32,2 42,4	22,8 36,6 39,0
Nie	15,7 9,8 8,8	18,7 15,2 20,5	25,1 13,7 12,9	18,1 14,0 16,3	18,3 8,9 13,7
Keine Angabe	0,2 0,6 1,8	1,7 0,3 1,5	1,0 0,0 1,3	0,3 0,3 2,2	0,9 0,0 0,8

(Die ersten Zahlen stammen aus dem Jahre 1973. Die weiteren Zahlen geben die entsprechenden Resultate aus den Jahren 1975 und 1977.)

Diese Angaben bestätigen wiederum, daß die türkischen Arbeitnehmer bei der Nutzung des ARD-Gemeinschaftsprogrammes die eifrigsten Rezipienten unter den ausländischen Arbeitnehmern sind. Beim Vergleich der Jahreszahlen ergibt sich aber, daß der Anteil der täglichen Hörer abnimmt, während die Anzahl der gelegentlichen Hörer steigt.

3.2.7. Die Problematik des ARD-Gemeinschaftsprogrammes

Mit der Einführung der Sendungen für ausländische Arbeitnehmer in das allgemeine Programm der deutschen Rundfunkanstalten entstanden manche Probleme. Man kann diese technischen und medienpolitischen Probleme besonders unter folgenden Themen zusammenfassen:

3.2.7.1. Technische Unzulänglichkeiten

Die Struktur der Sendezeiten des ARD-Gemeinschaftsprogrammes stellt eine Barriere für viele ausländischen Arbeitnehmer dar, weil die Sendezeiten nicht zu den Arbeitszeitverhältnissen der Gastarbeiter passen. Seit Jahren werden die Sendungen auf bestimmten Kanälen in bestimmter Reihenfolge für die jeweiligen Gastarbeitergruppen ausgestrahlt. Obwohl die Sendezeiten kurz sind, besteht keine Möglichkeit einer parallelen Ausstrahlung der Sendungen auf verschiedenen Kanälen.

Die Programme werden wegen der zeitlichen Überschneidung mit der Schichtarbeit von vielen Gastarbeitern nicht verfolgt. Der Beginn des türkischen Programmes um 17.40 Uhr im norddeutschen Gebiet ist zu früh und um 21.00 Uhr im süddeutschen Gebiet zu spät.

Die begrenzte Sendezeit von 40 Minuten ermöglicht weder die Einführung eines Schulfunks für die Kinder von ausländischen Arbeitnehmern, noch ausreichende regionale Berichte. Außerdem reicht die Zahl der Mitarbeiter für ausführliche regionale Berichterstattung nicht. So bleiben viele lokale Geschehnisse unberücksichtigt, die für die ausländischen Arbeitnehmer eigentlich nützlich sein könnten.

Wegen der begrenzten Sendezeit werden in diesen Sendungen keine Werbungen annonciert, obwohl ein großes Interesse von deutschen und türkischen Geschäftsleuten an diesen Werbezeiten bestünde und die Programmkosten dadurch reduziert werden könnten.

3.2.7.2. Politische Problematik der Sendungen

Als vor einigen Jahren in den Herkunftsländern mancher Gastarbeitergruppen autoritäre Systeme herrschten, tauchten immer wieder Konflikte zwischen den ausländischen Stellen und den Redaktionen auf, da die Berichterstattung und die Kommentare über die Ereignisse in diesen Ländern mit dem offiziellen Standpunkt der jeweiligen Regierungen nicht übereinstimmten. "Den Sendungen für ausländische Arbeiter wird nicht nur im Inland Beachtung geschenkt. Wiederholt gab es Versuche ausländischer Regierungen - z. B. Spanien und Griechenland während der Junta-Diktatur -, auf Programmverantwortliche und Programminhalte Einfluß zu nehmen, besonders natürlich bei politischen Beiträgen. Vor allem kritische Kommentare sollten unterbunden werden; bei BR gab es tatsächlich eine Einschränkung der Kommentierung 1971/72; der WDR verzichtet im Gegensatz zum BR völlig auf die Kommentare." 246)

Um die unbequemen Informationen zu verbieten, versuchten die ausländischen Botschaften durch die Bonner Ämter und die Rundfunkanstalten Einfluß auf die Sendungen zu gewinnen. 247)

Im Vergleich zu vergangenen Jahren kann zwar gesagt werden, daß die Sendungen für die ausländischen Arbeitnehmer durch die Beeinflussungsversuche der ausländischen Regierungen nicht mehr belastet werden, da in den problem-

haften Ländern heute demokratische Systeme herrschen. Die Berichterstattung über das Heimatland bleibt aber für die Redaktionen eine schwierige Aufgabe. "Entsprechend dem außenpolitischen Nichteinmischungsgebot halten sich die Redaktionen bei der Kommentierung und Bewertung innenpolitischer Probleme der Herkunftsländer zurück. Sie beschränken sich auf eine sachbezogene und ausführliche Informationsvermittlung. Andererseits fühlen sie sich nicht verpflichtet, unangenehme Themen aus außenpolitischer Rücksichtnahme zu unterdrücken." 248)

Die türkische Redaktion beim WDR kommentiert die politischen Geschehnisse in der Türkei nicht. Ab und zu werden jedoch Kommentare aus der deutschen Presse über die politischen Entwicklungen in der Türkei zusammenfassend vorgelesen.

Ein weiterer Beeinflussungsversuch auf die türkischen Sendungen wird seit Jahren von manchen türkischen Gruppen in der BRD geübt, die politisch oder religiös orientiert sind. Mit den Beschuldigungen, daß das türkische Programm einseitig sei, protestierten manche türkischen Vereine in der BRD bei der türkischen Redaktion im WDR heftig. Die in der BRD erscheinende türkische Tageszeitung "Tercüman" übt gelegentlich scharfe Kritik an der Redaktion. 249)

Ein anderer Beeinflussungsversuch könnte von seiten der deutschen Behörden erwartet werden, da die Programminhalte auch die deutschen Interessen berühren. "Die staatlichen Maßnahmen werden in den Sendungen zwar ausführlich besprochen, z. T. aber auch kritisch analysiert. Einer direkten politischen Beeinflussung im Sinne der staatlichen Ausländerpolitik enthalten sich die Redaktionen. Es gibt beispielsweise in den Sendungen keine einseitige positive Bewertung des Anwerbestops von 1973. Die Redaktionen sehen es nicht als ihre Aufgabe an, möglicherweise

leicht beeinflussbaren Ausländergruppen politische Entscheidungen nahezubringen." 250)

Andererseits ist es aber nicht bestimmt, wieweit die ausländischen Redakteure bei der Behandlung der deutschen Ausländerpolitik und bei der Kommentierung der Themen, die im deutschen Interesse liegen, frei sind. 251)

Diese Sendungen liegen unter den Bestimmungen der deutschen Rundfunkgesetze und können von Behörden nicht beeinflusst werden. Durch die Programmverantwortung, sowie durch die Struktur der Redaktionen sind sie jedoch unter deutscher Aufsicht.

Daß die Programme an den Interessen der ausländischen Arbeitnehmer vorbei gestaltet werden können, ist allerdings durch die Mitwirkung ausländischer Redakteure verhindert.

3.2.7.3. Redaktionelle Probleme

Die redaktionellen Probleme bestehen aus den Schwierigkeiten bei der Auswahl von ausländischen Redakteuren und Mitarbeitern und aus den Konflikten zwischen deutschen und ausländischen Redakteuren. Im WDR erfolgt die Personalauswahl in diesen Redaktionen nach den allgemeinen Kriterien, die für den gesamten WDR maßgeblich sind. 252) Der verantwortliche Abteilungsleiter beim BR äußerte, daß die politischen Standpunkte ausländischer Redakteure die Sendeanstalten nicht interessieren.

Auf die Gefahr, daß die ausgewählten ausländischen Redakteure politisch engagiert seien und die Programminhalte abändern könnten, weiß der Intendant vom SDR im Jahre 1970 folgendes: "Unbedingte Voraussetzung für ihre Mitarbeit ist aber, daß sie die Sendungen weder zur Propaganda für das politische Regime ihres Landes mißbrauchen, noch ver-

suchen, eine Gegenpropaganda in ihre Informationen einzuschmuggeln. Eine sehr gründliche Kontrolle in Köln und München besteht hier ständig, obwohl es sich gezeigt hat, daß die ausländischen Reporter das Vertrauen, das man ihnen entgegenbringt, nicht mißbrauchen." ²⁵³⁾ "Es hat Fälle gegeben, daß ausländische Journalisten Repressalien der Heimatländer, bestimmter Exilorganisationen oder politischer Gruppen ausgesetzt waren bzw. in die politische Entwicklung der Heimatländer hineinbezogen wurden. Diese Gefahren wurden durch eine deutsche Programmverantwortung gemindert." ²⁵⁴⁾ E. ROTTER vermittelt auch, daß die Verantwortlichen es verhindert haben, die Gastarbeiterredaktionen ein Arena der Ideologien machen zu lassen, ²⁵⁵⁾ da die deutschen Redakteure die letzte Verantwortung tragen.

Während meiner Informationsgespräche beim WDR weisen sowohl der verantwortliche deutsche Redakteur, als auch die türkischen Redakteure darauf hin, daß in der Redaktion eine harmonische Zusammenarbeit herrscht und von oben keine Anweisungen kommen.

Im allgemeinen scheint es so, als ob die möglichen Konflikte zwischen deutschen und ausländischen Redakteuren durch die tolerante Zusammenarbeit, durch das gegenseitige Vertrauen und letztlich durch die deutsche Programmverantwortung vermieden werden können.

3.2.7.4. Das Repräsentationsproblem der ausländischen Arbeitnehmer

Die Repräsentation der ausländischen Arbeitnehmer in den deutschen Rundfunkorganen wurde bis jetzt nicht berücksichtigt und wird noch lange Zeit unberücksichtigt bleiben, obwohl die speziell auf die ausländischen Arbeitnehmer gerichteten Sendungen der deutschen Rundfunkanstalten

schon seit Anfang der 60er Jahre bestehen und eine Vielzahl von Zuhörern haben.

Das Mitwirkungsrecht der Zielgruppe hängt besonders von der Ausländerbeschäftigungspolitik der BRD, sowie von ihrer rechtlichen Situation insgesamt ab. Eine Beteiligung der Vertreter von ausländischen Arbeitnehmern in den Aufsichtsgremien der Sendeanstalten scheint durch eine Entscheidung möglich zu sein, die erst nach der Anerkennung der politischen Partizipation der ausländischen Arbeitnehmer an der deutschen Gesellschaft getroffen werden kann.

Man kann zwar von ausländischen Redakteuren erwarten, daß sie bei der Herstellung der Sendungen die Interessen ihrer Landsleute vertreten können. Diese begrenzte Vertreterrolle kann aber nicht als Indiz für die Mitwirkung ausgewertet werden. Die Hörerbriefe können auch nicht als Indiz für eine Mitwirkung der Zielgruppe angesehen werden, da es ungewiß ist, inwieweit sie von der Redaktion berücksichtigt werden.

3.3. Die in der BRD erscheinenden türkischen Zeitungen

3.3.1. Zur Entwicklung des türkischen Zeitungsmarktes in der BRD

Mit der Arbeitskräftewanderung aus der Türkei in die BRD und andere europäische Industrieländer hat die türkische Presse eine neue Dimension gewonnen. Besonders die großen türkischen Zeitungen sind ihren Lesern in deren Arbeitsländer nachgewandert, wo sie sich einen neuen türkischen Zeitungsmarkt erschlossen haben. Einige von diesen Zei-

tungen haben im Laufe der Zeit eigene Druckereien in Frankfurt eröffnet und ihre Redaktionen in Europa erweitert.

Bis Anfang der 70er Jahre besorgten sich die türkischen Arbeitnehmer ihre Zeitungen von ihren Bekannten oder Verwandten aus der Türkei per Post und durch den hiesigen Straßenverkauf, da manche Blätter von deutschen Firmen in die BRD importiert wurden. Ein deutscher Großimporteur, Saarbach GmbH, führte im Jahre 1971 6 türkische Zeitungen (Cumhuriyet, Dünya, Hürriyet, Son Havadis, Tercüman; Gesamtauflage: 16800), 5 Wochenzeitschriften (Gesamtauflage: 13200) und 1 Monatszeitschrift (Auflage 320) in die BRD ein 256).

Anfang der 70er Jahre und in den folgenden Jahren zeigte das türkische Pressewesen in der BRD eine neue Entwicklung. Der Transport von tausenden von Zeitungsexemplaren per Flugzeug war auf die Dauer zu kostenintensiv. Inzwischen hatten einige Zeitungen kleine Redaktionen in der BRD gebildet, mit deren Arbeit eine Europaausgabe vorbereitet werden konnte. Außerdem erreichten sie sowohl ein großes türkisches Publikum in Europa, das diese Zeitungen kaufen konnte, als auch viele Firmen, mit deren Anzeigen die Finanzierung der Zeitungen gewährleistet werden konnte.

So begannen einige türkische Zeitungen in der BRD gedruckt zu werden und eine eigene Druckerei zu eröffnen. Ein erster diesbezüglicher Versuch, der von der türkischen Tageszeitung "AKŞAM" (Abend) im Jahre 1969 unternommen wurde, scheiterte zunächst wegen verschiedener Schwierigkeiten 257). Am 20. Januar 1971 realisierte eine andere türkische Tageszeitung "TERCÜMAN" (Wegweiser) ihre erste Europaausgabe, gedruckt in einer eigenen Druckerei in Frankfurt 258).

In dieser Druckerei wurde später dann eine andere türkische Tageszeitung "HÜRRIYET" (Freiheit) gedruckt, bis sie nach kurzer Zeit ihre eigene Druckerei in Betrieb nahm. Im August 1972 folgte dieser die dritte türkische Tageszeitung "MILLIYET" (Nation) und Ende 1974 kam "GÜNAYDIN" (Guten Morgen).

Da alle diese Tageszeitungen in Offset - Technik gedruckt wurden, war die Beschaffung der Druckereien erleichtert. Außer diesen vier großen türkischen Zeitungen versuchten auch "DÜNYA" (Welt) und "CUMHURİYET" (Republik) ihre Europa Ausgaben bei diesen Druckereien herstellen zu lassen. Doch scheiterten diese zwei Unternehmungen nach kurzer Zeit wegen redaktioneller Unzulänglichkeiten und finanzieller Schwierigkeiten.

Es kann erwartet werden, daß auch andere türkische Zeitungen in Zukunft den Versuch unternehmen werden, in der BRD zu erscheinen, wofür sie aber eine nur geringe Chance haben. Denn nach vielen Jahren ist es nur den drei großen Zeitungen (Hürriyet, Tercüman, Milliyet) gelungen, sich im türkischen Zeitungsmarkt in der BRD einen festen Platz zu verschaffen.

Die von türkischen Redakteuren gestalteten und nur in der BRD gedruckten türkischen Wochenzeitungen haben bis jetzt keine besonderen Erfolge erzielen können.

Einige politische Blätter, die von türkischen politischen Organisationen in der BRD in unregelmäßigem Abstand veröffentlicht werden, haben innerhalb des türkischen Zeitungsangebots in der BRD keine besondere Bedeutung. Nur eine politisch ziemlich linksgerichtete Tageszeitung, "AYDINLIK" (Klarheit) wird seit einem Jahr in der BRD herausgegeben.

Die in einer sehr begrenzten Auflagenzahl in die BRD importierten türkischen Zeitungen bestehen nur aus einigen Blättern, deren Import sich nicht auf längere Zeit hinzieht. Jedes Jahr versuchen einige Blätter, sich in den türkischen Zeitungsmarkt in der BRD einzuschließen, verschwinden aber wegen niedriger Chancen in kurzer Zeit wieder.

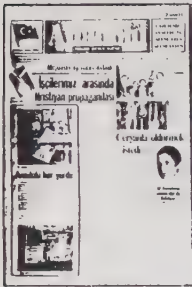
3.3.2. In der BRD für die türkischen Arbeitnehmer gedruckte türkische Zeitungen

Die türkischen Zeitungen in der BRD können in drei Gruppen zusammengefaßt werden: 1. In die BRD importierte türkische Zeitungen, 2. in der Türkei für die türkischen Arbeitnehmer im Ausland gedruckten türkischen Zeitungen und 3. in der BRD für die türkischen Arbeitnehmer im Ausland gedruckten türkischen Zeitungen. Die ersten zwei Gruppen wurden im zweiten Kapitel dieser Arbeit bereits dargestellt. In diesem Abschnitt werden nun die in der BRD gedruckten türkischen Zeitungen ausführlich behandelt.

Die türkischen Zeitungen dieser Gruppe bilden den wesentlichen Teil des türkischen Zeitungsangebotes in der BRD. Mit Ausnahme der Wochenzeitung ANADOLU, die in der BRD sowohl vorbereitet als auch gedruckt wird, umfaßt diese Gruppe die Zeitungen, die im Original in der Türkei erscheinen und mit einigen Änderungen - mit zusätzlichen Beiträgen - in der BRD als "Europaausgabe" gedruckt werden. Zu dieser Gruppe gehören folgende Zeitungen:

ANADOLU (Anatolien) war zunächst eine im Kleinformat (30 x 42 cm) in der BRD 14tägig erscheinende Zeitung, die aus Mitteln des Bundespresseamtes mitfinanziert wurde ²⁵⁹⁾. Da sie politisch ambitioniert war, wurde die finanzielle

Unterstützung im zweiten Halbjahr 1971 gestrichen ²⁶⁰).
(Bild 1) Unter der Leitung desselben türkischen Redak-



teurs wird ANADOLU seit September 1978 wieder veröffentlicht. Diese nur in der BRD vorbereitete Wochenzeitung wird im selben Format mit einem Inhalt auf 32 Seiten in der Druckerei der türkischen Tageszeitung Tercüman gedruckt und in deutschen Großstädten an manchen Kiosken für 1,50 DM verkauft.

Bild 1:
ANADOLU

Der Inhalt dieser Zeitung besteht aus kurzen Nachrichten und Sportmeldungen aus der Türkei, kurzen Deutschland- und Weltnachrichten, Fernsehprogrammhinweisen, religiösem Wort, Gesundheitsratschlägen, Unterhaltungsbeiträgen, und aus Anzeigen türkischer Firmen in der BRD. Der Schwerpunkt der Berichterstattung liegt zwar auf Ereignissen, die sich in der BRD abspielen, doch zumeist innerhalb der türkischen Arbeitnehmer. Meinen Beobachtungen nach werden in ANADOLU vor allem die türkischen subkulturellen Ereignisse sowie die Probleme der türkischen Arbeitnehmer in der BRD behandelt. Über Deutschlandsgeschehnisse wird sehr selten - in manchen Ausgaben kein einziges Mal - berichtet.

ANADOLU hat eine liberal rechtsgerichtete Tendenz.

DÜNYA (Welt) war eine im Großformat (40 x 53 cm) in Offsetverfahren in der Druckerei der Zeitung Milliyet gedruckte 12seitige Tageszeitung. Sie erschien vom 1. Oktober 1977 ab, bis Sommer 1978. Die in Istanbul gedruckte Originalausgabe von DÜNYA wurde mit nur kleinen Änderungen als Europaausgabe in der BRD veröffentlicht. Finanzielle und redaktionelle Schwierigkeiten machten es für DÜNYA, deren Auflage bei ca. 7000 Exemplaren lag ²⁶¹)

unmöglich, in der Konkurrenz mit den anderen türkischen Zeitungen in der BRD zu bestehen. (Bild 2)

CUMHURİYET (Republik) wurde ab dem 1. Januar 1978 in der BRD veröffentlicht. Diese 12seitige, linksgerichtete Tageszeitung (im Format 40 x 53 cm), die im Vergleich zu den anderen türkischen Zeitungen in einer seriösen Aufmachung erschien und nur selten im Vergleich zur Originalausgabe in der BRD zusätzliche Beiträge aufwies, wurde wegen verschiedener Schwierigkeiten anfangs 1979 eingestellt. (Bild 2)

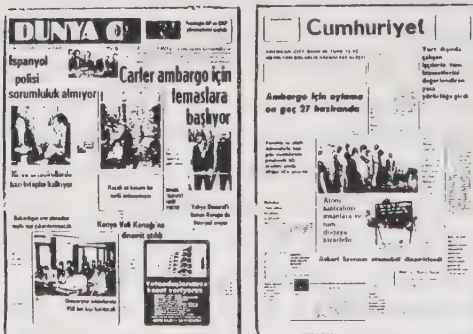


Bild 2: DÜNYA und CUMHURİYET

gaben der Redaktion ca. 3000 Exemplare. (Bild 3)

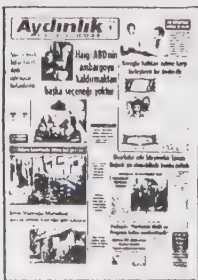


Bild 3:
AYDINLIK

AYDINLIK (Klarheit) ist eine seit März 1978 in der BRD erscheinende 12seitige Tageszeitung im Format von 40 x 53 cm. Diese linksgerichtete Zeitung wird mit gelegentlichen zusätzlichen Beiträgen gedruckt. Die Auflagenhöhe beträgt nach An-

Unter den türkischen Zeitungen, deren Originalausgabe mit Änderungen in der BRD gedruckt wird, nehmen HURRIYET, TERCÜMAN, MILLİYET und GÜNAYDIN eine besondere Stellung ein. Seit Anfang bzw. seit Mitte der 70er Jahre werden diese Blätter regelmäßig in der BRD gedruckt. Jede dieser Zeitungen hat seine eigene Druckerei und eine kleine

Redaktion in Frankfurt. Ihre Auflagenzahlen sind hoch und das Geschäft mit Anzeigen ist ziemlich entwickelt. Wegen ihrer Besonderheit werden sie in dieser Arbeit ausführlich behandelt. (Bild 4)

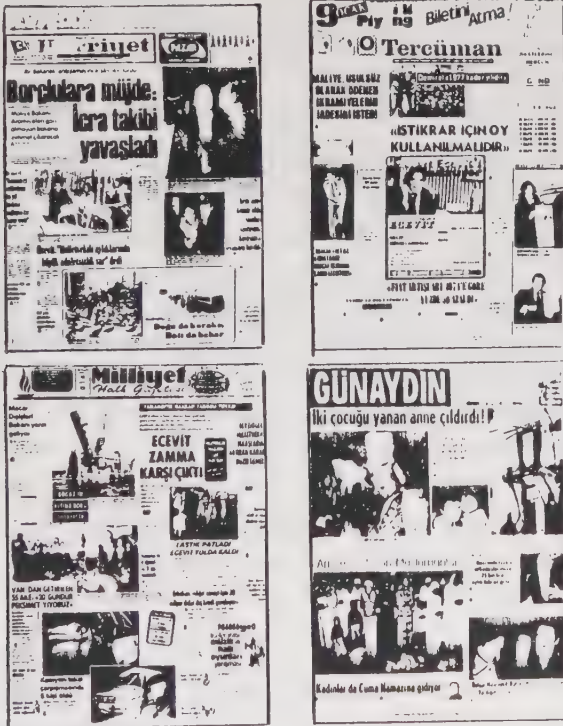


Bild 4: HÜRRIYET
TERCÜMAN
MILLİYET
GÜNAYDIN

3.3.3. Die analysierten türkischen Zeitungen

3.3.3.1. Mediadaten der analysierenden türkischen Zeitungen

HÜRRIYET, TERCÜMAN, MILLİYET und GÜNAYDIN sind die privatwirtschaftlich organisierten, überregional verbreiteten

größten türkischen Zeitungen. Sie werden von türkischen Redakteuren in Istanbul und Frankfurt gemeinsam gestaltet, als "Europaausgabe" in Frankfurt, im Offsetverfahren in einem Umfang von 12 - 18 Seiten (im Format 40 x 53 cm) gedruckt. Alle diese Zeitungen erscheinen 7mal in der Woche.

Die Europaausgaben werden in folgender Weise hergestellt:

1. Die Originalausgabe wird von türkischen Redakteuren in der Türkei vorbereitet und veröffentlicht.
2. Eine Abteilung der Istanbuler Redaktion stellt diese Originalausgabe je nach der Menge des von der Frankfurter Redaktion beschafften Materials und der Deutschlandanzeigen um und schickt die ganze Filmvorlage per Flugzeug nach Frankfurt. Zusätzliche Änderungen werden noch vorgenommen, wie z. B. extra-Fotoromane, Fortsetzungsromane, Kommentare und Comics zugefügt, Türkei-Anzeigen entfernt.
3. Die Filmvorlagen werden einen Tag später in der Frankfurter Redaktion mit weiteren Änderungen druckfertig gemacht ²⁶²⁾.

Die Zeitungen werden ca. um 17.00 Uhr gedruckt, dann von der deutschen Verteilerfirma abgeholt und in der BRD und in anderen europäischen Ländern, in denen türkische Arbeitnehmer beschäftigt sind, vertrieben und an den Kiosken verkauft. Die Herstellungskosten der Zeitungen betragen ca. 0,30 - 0,40 DM und die Versandkosten 0,52 - 0,57 DM pro Exemplar. Der Verkaufspreis an den Kiosken ist 1,-- DM ²⁶³⁾.

Nach Angaben einer Studie hatten drei dieser Zeitungen (Hürriyet, Tercüman, Milliyet) in den Jahren 1973/74 eine Auflage von 10000 - 31000 Exemplaren (Tercüman 31000,

Tabelle 14: Mediadaten der analysierten türkischen Zeitungen (Stand 1977 - 1979)

	Hürriyet	Tercüman	Milliyet	Günaydin
Gründungsjahr	Anfang 1972	20.1.1971	18.8.1972	Ende 1974
Erscheinungsweise	täglich		(7mal in der Woche)	
Verlag	eigener Verlag in Frankfurt			
Druckverfahren	offset (in Farbe)			
Seitenzahl	14 - 18	12 - 18	12 - 14	12 - 14
Format	40 x 53 cm			
Herstellungskosten(*)	ca .	0,30	bis 0,40	DM
Versandkosten (*)	ca .	0,52	bis 0,57	DM
Verkaufspreis in der BRD	1,00 DM			
Verbreitete Auflagenzahl (*)	70000	60000	25000	15000
Vertriebswege	überwiegend		Kioskverkauf	
Kurzcharakteristik und politische Tendenz	unabhängiges Boulevardblatt	rechtsgerichtetes Boulevardblatt	sozialdemokratisch orientiertes Boulevardblatt	unabhängiges Boulevardblatt

(*) Nach Angaben der Redaktionen

Hürriyet 20300 und Milliyet 10000) ²⁶⁴⁾. Nach Angaben der Redaktionen haben die vier Zeitungen eine Gesamtauflage von 170000 Exemplaren (Hürriyet 70000, Tercüman 60000, Milliyet 25000 und Günaydin 15000) ²⁶⁵⁾.

Die politische Tendenz dieser Zeitungen kann in folgender Weise charakterisiert werden: Hürriyet und Günaydin sind sogenannte politisch unabhängige Blätter, Tercüman ist rechtsgerichtet und Milliyet sozialdemokratisch orientiert.

3.3.3.2. Organisation der Redaktionen

Die Redaktionen dieser Zeitungen haben in der Türkei einen hohen Organisationsgrad. Sie umfassen viele Abteilungen,

Hunderte von Journalisten und Mitarbeitern sowohl in den Großstädten als auch auf dem Land. In jeder Zeitung ist eine Abteilung der Istanbuler Redaktion, welche aus zwei oder drei Redakteuren besteht, gemeinsam mit der Frankfurter Redaktion für die Herstellung der Europaausgabe zuständig.

Die Frankfurter Redaktionen werden aus ehemaligen in der BRD tätigen Auslandskorrespondenten und aus Abgesandten der Redaktionen der jeweiligen Zeitungen in der Türkei gebildet. Im Laufe der Zeit wurden sie durch freie Mitarbeiter ergänzt. Die Frankfurter Redaktionen bestehen aus einem oder drei festangestellten Redakteuren. In anderen großen deutschen Städten bzw. in Gastarbeiterballungszentren sind weitere Redakteure und Mitarbeiter tätig. Hürriyet hat in Berlin, Bremen, Hamburg, Hannover, Heilbronn, Köln, München, Stuttgart und Wilhelmshaven, Tercüman in Berlin, Bonn, Hamburg, Hannover, Köln, München und Stuttgart, Milliyet in München, Köln, Berlin und in Baden-Württemberg, Günaydin in Berlin und München Lokalredakteure.

Eine begrenzte Zahl von technischen Fachleuten (türkische Drucktechniker, die auch aus Istanbul geschickt wurden) arbeiten bei der Vorbereitung der Filmvorlagen für den Offsetdruck mit.

Die Redaktionen haben eine ständige Verbindung per Telefon und Telex mit der Redaktion in Istanbul und eine Telexverbindung mit der DPA. Obwohl die Frankfurter Redaktionen seit Anfang der 70er Jahre tätig sind, haben sie keine ausreichenden Archive mit Materialien über die Ausländerbeschäftigung in der BRD. Bis jetzt wurde durch diese Zeitungen keine Leserforschung durchgeführt.

3.3.3.3. Situation der Journalisten

In der Organisationsskala der Redaktionen kommen an erster Stelle die festangestellten Redakteure in Frankfurt, gefolgt von den Lokalredakteuren in den verschiedenen Städten. An letzter Stelle kommen einige freie Mitarbeiter, die aus manchen Ortschaften Berichte liefern.

Alle diese Redakteure sind keine Fachjournalisten, sondern gleichzeitig Text- und Bildjournalisten, die aus allen Bereichen die Themen bearbeiten.

In der Frage nach der Situation der türkischen Journalisten in der BRD erscheinen im allgemeinen zwei Faktoren besonders entscheidend:

1. Der Bildungsstand: Der Bildungsstand der türkischen Journalisten in der BRD ist von Bedeutung, weil die von ihnen angesprochene Leserschaft einerseits aus einem unterentwickelten Land kommt, andererseits in einer komplizierten hochtechnisierten Industriegesellschaft arbeitet, Probleme mit einer fremden Umwelt hat und in vielen Bereichen Informationen und spezielle Betreuung braucht. Diese Situation der Zielgruppe bürdet den türkischen Journalisten daher besondere Verantwortung auf, die genügende Bildung erfordert.
Die Redakteure der türkischen Zeitungen in der BRD sind zumeist Berufsjournalisten, die ohne journalistische Hochschulbildung aus der Praxis kommen.
2. Der Grad der Deutschkenntnisse: Um den türkischen Gastarbeitern die Geschehnisse in der BRD vermitteln zu können, braucht jeder in der BRD tätige Journalist gute oder genügende Deutschkenntnisse. Wieweit die türkischen Journalisten in der BRD die deutsche Sprache beherrschen

und sich deutscher Informationsquellen bedienen können, ist unklar.

Ob ihr Bildungsstand und ihre Deutschkenntnisse für die von ihnen erwarteten Aufgaben ausreichen, ist zu diskutieren.

Vom Finanziellen her gesehen, sind die türkischen Journalisten in der BRD ihren deutschen Berufskollegen gegenüber benachteiligt. Ihre Monatslöhne liegen bei ca. 1400 - 2000 DM und nicht alle sind akkreditiert.

3.3.3.4. Die publizistischen Vorstellungen und besonderen Tätigkeiten der Redaktionen

Es sind zwar spezifische Gründe, aktuelle Notwendigkeiten (Informations- und Betreuungsbedürfnis der türkischen Arbeitnehmer im Ausland), die zum Entstehen einer speziellen Presse für die türkischen Arbeitnehmer in der BRD geführt haben, dennoch gibt es keine festgelegten Vorschriften türkischer und bundesdeutscher Stellen für die Tätigkeiten der türkischen Redaktionen in der BRD. Die Redaktionen geben sich ihre Richtlinien selbst. Diese sind nicht explizit formuliert, aber aus meinen Informationsgesprächen mit den betreffenden Redakteuren lassen sich folgende Prinzipien ihrer journalistischen Arbeit herauskristallisieren:

Die angesprochene Zielgruppe ist der türkische Gastarbeiter mit seiner Familie und seinen Kindern. Seine Probleme und die ihn interessierenden Themen sind Gegenstand ihrer Berichterstattung. Deswegen sehen sich die Zeitungen vor die zweifache Aufgabe gestellt, einerseits die Verbindung zur Heimat aufrechtzuerhalten, andererseits Orientierungshilfe für das Leben im Gastland zu geben ²⁶⁶⁾.

Aus dem Gastland müssen nur spezifische Gastarbeiter tangierende Nachrichten vermittelt werden ²⁶⁷⁾.

So widmen sich diese Zeitungen völlig (so wie sie sich selber gerne sehen) der Sache ihrer Leser, der "Gurbetçiler"*) , wie sie oft genannt werden. Sie prangern Mißhandlungen der türkischen Arbeitnehmer an, klären über Rechte auf und leisten Betreuungsarbeit. Dabei sind folgende typische Aktionen dieser Zeitungen zu nennen:

1. Tercüman hat im Jahre 1975 im religiös wichtigen Monat Ramadan vier Personen, die in der Türkei in religiösen Stellen tätig und bekannt waren, in die europäischen Länder eingeladen. Diese Gruppe hat die türkischen Arbeitnehmer in verschiedenen Ortschaften besucht, Gottesdienste abgehalten und religiöse Konferenzen durchgeführt.
2. Dieselbe Zeitung hat im Jahre 1976 mit den Vertretern verschiedener türkischer Arbeitervereine im Ausland ein Komitee gebildet und mit türkischen Regierungsvertretern in Ankara einen Kongreß über die Probleme der türkischen Arbeitnehmer im Ausland abgehalten.
3. Drei Journalisten (einer von Tercüman, zwei von Hürriyet), die in der Istanbuler Redaktion arbeiten und für die Europaausgaben extra Kommentare schreiben und sich mit den Leserbriefen ständig auseinandersetzen, besuchten im Jahre 1976 und 1977 die türkischen Arbeitnehmer in europäischen Ländern und führten Veranstaltungen und Diskussionen durch.
4. Die Spargelder der türkischen Gastarbeiter waren und sind heute noch ein Reizpunkt türkischer und deutscher

*) Die in der Fremde mit Problemen und mit dem Heimweh Lebenden.

Geschäftsleute und der Regierungen. Die türkischen Zeitungen haben in diesem Bereich auch Aktivitäten organisiert. Tercüman startete in den Jahren 1974 - 75 eine große Aktienverkaufskampagne für eine große Textilfabrik, deren größter Teilhaber sie selbst war.

5. Dünya hat ihre Europaausgabe mit einer Aktion gestartet, in der Hunderte von Wohnungen in der Türkei den türkischen Arbeitnehmern zum Kauf angeboten wurden.
6. Günaydin hat im Jahre 1977 mit der Unterstützung einer türkischen Versicherungsfirma (Halk-Sigorta) ihren Lesern eine Versicherung für die Ausbildungskosten ihrer Kinder in der Türkei angeboten.

Außerdem wurden und werden heute noch verschiedene Preisausschreiben (besonders in Hürriyet, Tercüman, Günaydin) organisiert und an die Leser als Gewinne Autos, Fernseher, Grundstücke und Häuser in der Türkei verteilt ²⁶⁸⁾.

3.3.4. Die Nutzung der in der BRD erscheinenden türkischen Zeitungen

Im Jahre 1964 stellte Abadan in ihrer Untersuchung fest, daß 3/4 der befragten türkischen Arbeitnehmer in der BRD eine oder mehrere türkische Zeitungen lasen. Damals wurden folgende türkische Zeitungen nach ihrer Nutzung durch die türkischen Arbeitnehmer genannt: Hürriyet 43,2 %, Milliyet 22,4 %, Cumhuriyet 15,8 %, Yeni Sabah 5,7 %, Tercüman 5,4 %, Vatan sowie Yeni Istanbul 1,4 % und einige Lokalblätter 4,1 % ²⁶⁹⁾.

Nach Angaben einer Infratest-Studie aus dem Jahre 1969 (429 Befragungen in Nordrhein-Westfalen) lasen 24 % der

befragten türkischen Arbeitnehmer täglich mindestens eine türkische Zeitung ²⁷⁰⁾.

In einer Marplan-Studie wurden unter den öfter gelesenen Zeitungen von den türkischen Arbeitnehmern mit 44,9 % die Zeitungen aus der Heimat an erster Stelle genannt ²⁷¹⁾. Es ist dabei sowohl in der Marplan- als auch in der Infra-test-Studie festzustellen, daß die Nutzung der Heimatzeitungen mit der Dauer des Aufenthaltes in der BRD, der Anpassung an die deutsche Gesellschaft nicht abnimmt ²⁷²⁾. Dieses Merkmal kann auf das bleibende große Interesse der türkischen Arbeitnehmer an ihrer Heimat zurückgeführt werden.

Über den Nutzungsgrad der in dieser Arbeit behandelten Zeitungen liegen keine neuen Angaben vor.

3.3.5. Inhaltsanalyse der in der BRD erscheinenden vier türkischen Zeitungen

3.3.5.1. Zur Methode

Um über die in der BRD erscheinenden türkischen Zeitungen weitere Informationen zu gewinnen, werden in dieser Arbeit vier türkische Zeitungen (Hürriyet, Tercüman, Milliyet, Günaydin) inhaltlich analysiert.

3.3.5.1.1, Inhaltsanalyse allgemein

Die Inhaltsanalyse - oder Aussagen- und Dokument-Analyse, im anglo-amerikanischen Sprachgebrauch "content analysis" - ist eine Forschungsmethode der empirischen Sozialforschung. Sie ermöglicht die systematische Untersuchung und die In-

terpretation der als Zeichen, Text, Bild oder Sendung und Film aufgezeichneten Aussagen. Mit der Inhaltsanalyse werden die spezifischen Charakteristika bestimmter Aussagemengen möglichst objektiv und systematisch erfaßt und klassifiziert "... mit dem Ziel, über Ausprägungen der Aussagen sowie ihre Wechselbeziehungen mit den anderen Komponenten (Kommunikator, Medium, Rezipient) des jeweiligen Kommunikationssystems Aufschluß zu gewinnen." 273)

"Die ersten Arbeiten zur Inhaltsanalyse wurden im Bereich des Journalismus unternommen (später waren es vor allem auch Soziologen, die sich diesem Modell widmeten)." 274) Zusammen mit der schnellen Entwicklung und Verbreitung von Presse, Rundfunk und Film wurde diese Methode besonders von der zweiten Hälfte der 30er Jahre an in den USA zu einer grundlegenden Technik der Propagandaforschung. "Die erste systematische Darstellung dieser Methode mit dem Buch von Bernard Berelson im Jahre 1952 bedeutete gleichzeitig einen Höhepunkt ihrer Anwendung, vor allem in publizistischen Bereichen." 275) Berelson stellte in seinem Buch "Content Analysis in Communication Research" die grundlegenden Verfahren und die Probleme der Inhaltsanalyse dar 276). Die Grundzüge des Verfahrens haben sich seitdem nicht wesentlich geändert, nur wurden durch die Erkenntnisse der Psycholinguistik und durch die Verwendung statistischer Techniken und den Einsatz von elektronischer Datenverarbeitung Verfeinerungen erzielt 277).

"Berelson definiert die Inhaltsanalyse als Untersuchungstechnik, die der objektiven, systematischen und quantitativen Beschreibung des offenbaren Inhalts von Mitteilungen aller Art dient." 278) Nach seiner Definition enthält die Inhaltsanalyse als empirische Forschungsmethode vier charakteristische Elemente: "1. die Inhaltsanalyse muß objektiv sein, ... 2. Die Inhaltsanalyse muß systematisch sein, ...

3. Die Inhaltsanalyse muß quantitativ sein, ... 4. Die Inhaltsanalyse beschreibt den "offenbaren" (manifesten) Inhalt von Mitteilungen, ..." 279).

In dieser Arbeit werden die vier türkischen Zeitungen in der BRD nach dem Verfahren der quantitativen Inhaltsanalyse deskriptiv untersucht. "Von quantitativer Inhaltsanalyse spricht man bereits, wenn die Häufigkeit bestimmter Inhalte in den einzelnen Texteinheiten festgestellt wird. Darüber hinaus können die Inhalte selbst als quantitative Variablen (statt dichotomisch als "gegenwärtig" oder "abwesend") behandelt werden." 280) Da die Untersuchung latenter Absichten oder Wirkungen der Zeitungsinhalte nicht das Ziel dieser Arbeit ist, wird hier die einfachste Form eines inhaltsanalytischen Modells "die Häufigkeitsanalyse" verwendet. 281) "Die in bezug auf ihre praktische Verwendung einfachste Form eines inhaltsanalytischen Modells besteht in Häufigkeitsauszählungen des Auftretens inhaltsanalytischer Kategorien oder Berechnungen der Fläche, die ihnen in einem Text gewidmet wird. Während ein solcher Ansatz auch Vorstufe mehrerer später noch zu behandelnder Modelle ist, wie etwa Symbolanalyse oder Kontingenzanalyse, geht es hier vor allem um eine auf die Analyse der Häufigkeiten und ihre Interpretation beschränkte Verwendung des Modells." 282)

Die sinnvolle Anwendung der systematischen Inhaltsanalyse bedingt im Prinzip folgende Stufen: 283)

1. Theoretische Vorbereitung: Hier müssen die zu bearbeitende Problematik exakt formuliert und die Hypothesen explizit aufgestellt werden.
2. Bestimmung des Analysematerials: Von den Hypothesen oder Forschungsfragen ausgehend, wird das relevante Material für die Analyse bestimmt und abgegrenzt.

3. Bestimmung der Untersuchungseinheiten: Die Untersuchungseinheiten können Wörter, Sätze, Absätze, Artikel oder ganze Sendungen sein. "Untersucht man die Themen von Romanen, Zeitungsaufsätzen oder Radiosendungen, dann wählt man die genannten großen Einheiten. Fragt man dagegen nach bestimmten Orientierungen, Einstellungen zu bestimmten Gegenständen usw., dann sind kleinere Einheiten wie Worte, Satzteile oder Abschnitte angezeigt." 284)
4. Die Kategorienbildung: Die Kategorien der Analyse werden nach Untersuchungsfragen aufgestellt und müssen die Inhalte des untersuchten Materials erfassen. Sie müssen einheitlich sein und einander ausschließen.
5. Pretest und Datenerhebung: Ob die ausgewählten Kategorien und Untersuchungseinheiten sinnvoll gewählt sind, wird mit einem Vortest kontrolliert. Dann wird das gesamte Material nach Kategorien aufgeschlüsselt und die Häufigkeiten gemessen.
6. Auswertung der erhobenen Daten und die Kontrolle der Zuverlässigkeit und Gültigkeit und schließlich
7. Folgerungen bzw. Überprüfung der Hypothesen: Nach den erhobenen Daten wird der Inhalt des untersuchten Materials beurteilt und die Hypothesen überprüft.

3.3.5.2. Allgemeines Vorgehen der Analyse

3.3.5.2.1. Untersuchungsziel und die Arbeitshypothesen

Unter der Berücksichtigung der besonderen Aufgaben des Medienangebotes für die ausländischen Arbeitnehmer in der BRD (Kapitel 1.) werden die Zeitungen aus der Heimat am

Beispiel der türkischen Zeitungen in der BRD auf ihre Inhalte hin analysiert. In einem Vergleich zwischen vier ausgewählten türkischen Zeitungen werden folgende Themenkreise und Fragen untersucht:

1. Die türkischen Zeitungen in der BRD werden als Europa- ausgabe mit zusätzlichen Beiträgen gedruckt. In einem ersten Schritt geht es deswegen darum, den Unterschied zwischen der Europaausgabe und der Originalausgabe herauszuarbeiten.
2. Wie groß ist der Anteil der jeweiligen Redaktionen (in der Türkei und in der BRD) bei der Gestaltung der Inhalte der Europaausgaben?
3. Wie ist das Verhältnis zwischen Text und Anzeigen und welchen Anteil nehmen die in der BRD tätigen türkischen Firmen im Anzeigengeschäft ein?
4. Aus welchem Land (Heimatland oder Gastland BRD) wird in den Zeitungen schwerpunktmäßig berichtet?
5. Welche Themen werden vorwiegend behandelt?
6. Inwieweit beziehen sich die Zeitungsinhalte auf die Gastarbeiter?
7. Welchen Stellenwert haben die Beiträge zur Orientierungshilfe?

Dabei sind folgende Annahmen in Form von Vorhypothesen zu formulieren;

1. Die in der BRD erscheinenden türkischen Zeitungen sind die Medien, die die Bindungen der angesprochenen Zielgruppe, der türkischen Arbeitnehmer im Ausland, an ihre Heimat verstärken.

2. Die Informationsvermittlung aus dem Gastland (BRD) ist beschränkt auf Themen, deren Bedingung es ist, daß sie sich mit den t ü r k i s c h e n Gastarbeitern befassen.

3.3.5.2.2. Bestimmung des analysierten Materials und der Untersuchungseinheiten

1. Untersuchungsobjekte

Für diese Untersuchung wurden wegen ihrer besonderen Bedeutung (siehe Abschnitt 3.3.3.) vier türkische Zeitungen (1. Hürriyet, 2. Tercüman, 3. Milliyet, 4. Günaydin) ausgewählt, die seit Anfang der 70er Jahre bis heute in der BRD in eigenen Druckereien als Europaausgabe täglich gedruckt werden. Im Untersuchungsjahr 1977 bestand das tägliche türkische Zeitungsangebot in der BRD grundsätzlich aus diesen vier Blättern.

Vom 4. 1. 1977 bis einschließlich 10. 1. 1977 wurden je 7 Europaausgaben von vier Zeitungen (insgesamt 28 Exemplare) gesammelt und die entsprechenden Originalausgaben vom 3. 1. 1977 bis einschließlich 9. 1. 1977 ²⁸⁵⁾ aus der Türkei geholt. Jede Europaausgabe wurde zunächst mit der einen Tag vorher in der Türkei gedruckten Originalausgabe verglichen. Die Beiträge, die in beiden Ausgaben veröffentlicht wurden (insgesamt 1154 Beiträge), wurden aus der Analyse ausgeklammert und nur alle Beiträge, die ausschließlich in den Europaausgaben erschienen (insgesamt 2418 Beiträge) wurden in die Analyse einbezogen. So besteht der Gegenstand dieser Analyse aus den eigenständigen Teilen der Europaausgaben von vier türkischen Zeitungen in der BRD.

2. Stichprobenumfang

Die Auswahl der analysierten Medien entspricht zwar der Grundgesamtheit der türkischen Zeitungen in der BRD, aber die Stichprobe ist willkürlich ausgewählt. Es wurden von jeder Zeitung 7 Ausgaben aus einer Woche im Januar 1977 (vom 4. 1. 1977 bis einschließlich 10. 1. 1977) ausgewählt. Die ausgewählte Januarwoche enthält keine außergewöhnlichen Ereignisse, ist nicht ein anzeigenstarker Zeitraum und entspricht dem sonstigen Informationsangebot der Zeitungen.

Die Stichprobe ist bezüglich bestimmter Merkmale nicht verzerrt und weicht vom normalen Bild der Berichterstattung nicht viel ab. Denn:

Die Inhalte dieser Zeitungen zeigen im Verlauf des ganzen Jahres nur bestimmte Änderungen. In den Sommermonaten nehmen die Berichte und Hinweise über die Verkehrsverbindungen und Zollverfahren zu, weil viele der Leser sich auf dem Heimaturlaub befinden.

Im religiös wichtigen Monat Ramadan veröffentlichen alle türkischen Zeitungen zusätzliche religiöse Beiträge.

Der Umfang der zusätzlichen Teile in den Europaausgaben nimmt gelegentlich bei besonderen Anlässen zu, z. B. wenn ein türkischer Minister die BRD besucht und sich mit den türkischen Arbeitnehmern trifft, oder eine deutsche Gewerkschaft oder ein Ministerium bezüglich der ausländischen Arbeitnehmer einen Kongreß veranstaltet.

Während des ausgewählten Zeitraumes fand kein Besuch eines türkischen Staatsmannes statt. In den untersuchten Zeitungen waren jedoch einige Beiträge über den letzten Deutschlandaufenthalt des damaligen türkischen Arbeitsministers im Dezember 1976. Außerdem veröffentlichte von den untersuchten Zeitungen nur Günaydin in

dem ausgewählten Zeitraum als Serie für die Volksschulkinder eine halbe Seite Comics und veranstaltete einen Fotowettbewerb.*) In einer Ausgabe von Hürriyet gab es ein langes Interview mit Josef STINGL, dem Vorsitzenden der Bundesanstalt für Arbeit.

Der Ereignishorizont des ausgewählten Zeitraumes besteht aus folgenden Geschehen: a) In der Türkei: Studentenunruhen in den Großstädten, die Eröffnung der Pipeline zwischen dem Irak und der Türkei, leichte Erdbeben in einigen Provinzen in der Ost-Türkei, Diskussionen über die neue Regelung für das Rentenrecht der türkischen Arbeitnehmer im Ausland, Besuch des türkischen Premierministers in Bulgarien. b) In der BRD und in der Welt: Öffentliche Debatte über die Arbeitszeitverkürzungen in der BRD, Neuer Kabinattsplan über den deutschen Entwicklungsplan, Maßnahmen der Bundeszentralbank gegen den Dollarsturz,, Unruhen im Libanon, weitere Demokratisierungsmaßnahmen in Spanien, Erhöhung des Kaffeepreises, Kontroverse um die Militärhilfe der USA im amerikanischen Senat.

3. Bestimmung der Untersuchungseinheiten

Als systematische Einheit wurden nicht die einzelnen Wörter, Sätze oder Absätze, sondern die g e s a m - t e n B e i t r ä g e o d e r A r t i k e l genommen, die nur in den Europaausgaben veröffentlicht und durch eine Überschrift, durch einen Rahmen oder durch verschiedene Streifen von einem anderen Artikel getrennt waren. Es wurden also zu den Texten die zugehörigen Überschriften, Fotos oder Zeichnungen gerechnet.

*) Seit Mai 1978 wird die Europaausgabe von Günaydin sehr ähnlich wie die Originalausgaben herausgegeben und hat sehr begrenzte zusätzliche Beiträge.

Da die untersuchten vier Zeitungen im selben Format, mit den gleichen Schriftarten und der gleichen Spaltenbreite und in fast ähnlichem Layout gedruckt werden, waren die Einheiten der Untersuchung auf jede der vier anwendbar. Die Auswertung legte folgende Kriterien zugrunde: 1. Die Anzahl der Beiträge, 2. die Seite (Platzierung der Beiträge) und 3. die Fläche, die die Beiträge einnehmen. Entsprechend der charakteristischen Größe der Beiträge in diesen vier türkischen Zeitungen wurden folgende Flächeneinheiten festgelegt:

1. $1/70$ Seite (20 - 40 cm) Diese kleinste Flächeneinheit besteht aus zwei- oder viersätzigen Textbeiträgen und aus kleinsten Anzeigen in einer Spalte à 4 cm.
2. $1/34$ Seite (40 - 80 cm²)
3. $1/18$ Seite (80 - 160 cm²)
4. $1/12$ Seite (160 - 200 cm²)
5. $1/8$ Seite (200 - 300 cm²)
6. $1/6$ Seite (300 - 400 cm²)
7. $1/4$ Seite (400 - 650 cm²)
8. $1/2$ Seite (1060 cm² =>)
9. $1/1$ Seite (2120 cm²)

3.3.5.2.3. Kategorien der Analyse

"Als entscheidendes Problem inhaltsanalytischer Erhebungen gilt allgemein die Auswahl und unmißverständliche Definition von Kategorien zur systematischen, d. h. durchgängigen Erfassung relevanter Merkmale von Kommunikationen. So konstatiert Berelson, daß Inhaltsanalysen mit ihren Kategorien stehen und fallen, daß die Analyse nicht besser sein kann als ihre Kategorien, da diese die Substanz der Untersuchung enthalten." ²⁸⁶⁾ In dieser Arbeit werden folgende Kategorien aufgestellt, die deskriptiv sind und nur manifeste Inhalte der Beiträge erfassen.

3.3.5.2.3.1. Quelle

Diese Kategorie wird in der Absicht gewählt, die Anteile der jeweiligen Redaktionen und der Leser bei der Gestaltung der Zeitungsinhalte (im Textteil) festzustellen. Aus der Ortsangabe, oder der Abkürzung der jeweiligen Nachrichtenagenturen, die zu Anfang jedes Textes angegeben sind, ist leicht erkennbar, aus welcher Quelle die Beiträge kommen.

1. Redaktion in der Türkei: Dies bezieht sich auf alle Textbeiträge, die von der Redaktion in der Türkei selbst (bzw. dort von Nachrichtenagenturen übernommen) gestellt werden. Die Beiträge der verschiedenen Nachrichtenagenturen werden deswegen unter dieser Kategorie kodiert, da sie grundsätzlich durch die Redaktion in der Türkei übernommen - im gegebenen Fall übersetzt und veröffentlicht werden.
2. Redaktion in der BRD (bzw. im Gastland): Alle Textbeiträge aus der Redaktion in der BRD werden unter diese Kategorie eingeordnet. Aus Ortsangaben zu Anfang der Texte, aus den Namen der Berichterstatter ist ersichtlich, daß der Beitrag aus der Redaktion in der BRD stammt. Die zusammengefaßten Übersetzungen von Artikeln der deutschen Presse oder Sendung des deutschen Rundfunks - im allgemeinen werden sie selten veröffentlicht - werden unter diese Kategorie eingereiht.
3. Leser: Zu dieser Kategorie gehören die von den Lesern abgefaßten Texte, die Leserbriefe.

3.3.5.2.3.2. Inhaltskategorien

Um die Einordnung der manifesten Inhalte der untersuchten Texte in bestimmte Sachgebiete zu ermöglichen, werden folgende Kategorien aufgestellt:

1. Politik (ohne Soziales): Unter Politik - abgesehen von sozialpolitischen Themen - werden Beiträge über politische Handlungen, Meinungsäußerungen, Entscheidungen und Aktivitäten von Personen oder Institutionen auf kommunaler, staatlicher, zwischenstaatlicher oder supranationaler Ebene eingeordnet. Im einzelnen gehören dazu Informationen, beispielsweise über Internationale Organisationen, über Parlamente, Regierungen, Ministerien, Parteien und Verbände, über das Rechtswesen, das Militärwesen, über Wahlen oder politisch motivierte Unruhen oder Terrorismus. Wirtschafts- und Kulturpolitik werden auch in diese Kategorie eingereiht.

2. Wirtschaft: Unter dieser Kategorie werden Beiträge über die Geschehnisse, Probleme und Entwicklungen des Wirtschaftslebens ebenfalls auf allen Ebenen subsumiert, z. B. über Produktion, Verteilung, Verbrauch, Preisbildung, Finanzwesen, Investitionen. Nur die Beiträge über den Arbeitsmarkt, über die Tarifverhandlungen sowie die marktwirtschaftlichen Diskussionen im Bereich der Ausländerbeschäftigung werden nicht unter dieser Kategorie kodiert.

3. Soziales: Mit der Berücksichtigung der Situation der Zielgruppe "türkische Arbeitnehmer im Ausland" wird diese Kategorie besonders behandelt und in folgende Unterkategorien eingeteilt:
 - 3.1. Soziale Arbeitswelt: In diese Kategorie gehören alle Beiträge, die sich in irgendeiner Form mit sozialpolitischen Themen beschäftigen, z. B. also mit den Aktivitäten der Gewerkschaften, den Arbeitsministerien - sowie den Arbeitsämtern - und Arbeitgeberverbänden, mit der Situation auf dem Arbeitsmarkt, mit den arbeitstechnologischen Entwicklungen, mit den arbeitsrechtlichen Fragen, mit den Arbeitsplatzverhältnissen und speziell mit den Problemen der Ausländerbeschäftigung.

3.2. Soziale Lebenswelt A.: Unter diese Kategorie fallen a) Beiträge, in denen die Bildungs- und Ausbildungsprobleme sowie Berufschancen der Gastarbeiterkinder behandelt sind und b) Sonderbeiträge für diese Kinder. Diese Kategorie sollte über Stellenwert der Probleme der Zweiten Generation in den Zeitungen Aufschluß geben.

3.3. Soziale Lebenswelt B.: Diese Kategorie erfaßt Beiträge über das tägliche Leben der Gastarbeiter in Interaktion mit den deutschen - bzw. gastländischen - Behörden und der Bevölkerung, z. B. Beziehungen zu den deutschen Nachbarn, Hausbesitzern, Zollbeamten, Polizei, Ausländerämtern, Betreuungsorganisationen.

3.4. Soziale Lebenswelt C.: Diese Kategorie bezieht sich auf Beiträge über das tägliche Leben der Gastarbeiter in der Interaktion mit eigenen Landsleuten, Behörden und auch mit anderen Gastarbeitergruppen. Darunter fallen z. B. die Beiträge über die Beziehungen mit den Botschaften, mit dem Konsulat, mit den einheimischen Firmen, Vereinen, und Betreuungsstellen, über die nationalen oder internationalen - zwischen den Gastarbeitern von verschiedenen Nationalitäten veranstalteten - Feste.

4. Sonstiges: Unter Sonstiges werden im einzelnen folgende Kategorien aufgestellt:

4.1. Kunst, Kultur, Technik, Wissenschaft, Massenmedien und Hobbies: Da solche Beiträge in den untersuchten vier türkischen Zeitungen grundsätzlich selten behandelt werden, werden sie hier zusammengefaßt. Es handelt sich hier um die Beiträge aus allen Bereichen der Kunst, aus technischen Bereichen - die technischen Neuigkeiten -, und um Informationen über die Massenmedien allgemein und über die Hobbies.

4.2. Religion: Diese Kategorie besteht aus Beiträgen über die religiösen Angelegenheiten, diesbezügliche Institutionen.

4.3. Sport: Beiträge über alle Sportarten und diesbezügliche Institutionen und Personen.

4.4. Vermischtes: Diese Kategorie besteht aus unterschiedlichen Beiträgen - ohne politische, sozio-ökonomische Aspekte - über Gesellschaftsklatsch, kriminelle Taten, Sex, Katastrophen, Unfällen oder Unglücksfällen, Gerichtsberichterstattung, Jubiläen, Liebesgeschichten, Abenteuern.

4.5 Humor - Witz: Es sind die Beiträge, die in den Zeitungen unter der bestimmten Rubrik "Humor - Witz" Witze, Comics, Karikaturen bringen.

4.6. Aktivitäten: Unter Aktivitäten werden nur die von den Zeitungen für die Leser veranstalteten Wettbewerbe und Preisausschreiben verstanden wie z. B. Preisausschreiben mit verschiedenen Gewinnen (Fernseher, Wohnungen, Reisen usw.).

4.7. Fernsehprogramm: Dies sind die Hinweise auf die deutschen (bzw. gastländischen) Fernsehprogramme, die für die Leser zusammengefaßt sind.

4.8. Gesundheit: Darunter fallen die Beiträge, die unter einem bestimmten Titel, wie "Ihr Arzt spricht" oder "Ihre Gesundheit" den Lesern allgemeine medizinische Ratschläge geben. Die dazu gehörigen Leserbriefe werden auch dieser Kategorie zugeordnet.

4.9. Frau und Mode: Es sind dies die speziell für die Frauen gedachten Modeberichte, kurzen Haushaltstips oder Kochrezepte.

4.10. Restliches: In dieser Restkategorie werden die Beiträge, die zu keiner Kategorie passen, zusammengefaßt, wie z. B. das Impressum, das Horoskop, sowie die Namenslisten der türkischen Gastarbeiter, die damals den von einem Erdbeben betroffenen Landsleuten Geld gespendet und geschickt haben.

3.3.5.2.3.3. Funktional-Kategorien

Um die - intendierte - Funktion der Beiträge feststellen zu können, werden unter der Berücksichtigung der allgemeinen Funktionen der Massenmedien und der besonderen Aufgaben des Medienangebotes für die Gastarbeiter, folgende Grobkategorien aufgestellt ²⁸⁷⁾. Dabei wird auf eine umstrittene Kategorie "Integrationsfunktion" verzichtet, da die Bestimmung der Integrationsfunktion eines Beitrages nach bisherigen diesbezüglichen Darstellungen nicht klar auszumachen war.

1. Information: Diese Kategorie bezieht sich auf die Beiträge, die von Handlungen, Geschehnissen, Problemen und Zuständen detaillierte sachbezogene Informationen geben oder nur kurz die Fakten vermitteln.
2. Meinungsbildung: Darunter werden die Beiträge zusammengefaßt, die von den Handlungen, Geschehnissen, Problemen und Zuständen eindeutig interpretierte, kommentierte oder propagierte Informationen geben (sei es von der Redaktion, den Lesern oder von verschiedenen Vermittlungspartnern).
3. Orientierungshilfe: Diese Kategorie bezieht sich auf Beiträge, durch die den Gastarbeitern für ihre Probleme in Arbeits- und Lebensbereichen mittelbar oder unmittelbar Hilfeleistungen angeboten, sowie auf ihre

Rechte und Pflichten hingewiesen wird. Dabei werden sowohl eine kurze Antwort auf einen Leserbrief mit einem konkreten Problem oder ein kurzer Bericht über die Heimreiseindrücke eines Gastarbeiters, als auch eine allgemeine Mitteilung - bezüglich der Gastarbeiter - von einer deutschen Institution unter diese Kategorie eingeordnet.

Darunter fallen z. B. die auf die Gastarbeiter bezogenen Informationen, Mitteilungen, Aktivitäten von heimatländischen oder deutschen (bzw. gastländischen) Behörden, von Gewerkschaften, Verbänden, Betreuungsorganisationen, Informationen über Ausländergesetze, Steuerfragen, Mietrecht, Krankenkassen, Versicherungen, Tarifabschlüsse, Rentenrecht, Arbeitslosenunterstützung, Kindergeld, Ausbildungsfragen, Bildungsfragen der Kinder, neue Postgebühren, Zollverfahren, neue Verkehrsregelungen, Sprachkurse, Hinweise auf die wichtigsten Termine, und Informationen über die deutsche Fernsehprogramme.

4. Unterhaltung: In diese Kategorie gehören die Beiträge, die mit ihrem Inhalt und auch der Form nach der Zerstreuung, dem Zeitvertreib und der Unterhaltung dienen. Primär werden Romane, Kurzgeschichten, Witze, Comics, unpolitische Karikaturen, Horoskop, Preisausschreiben und Wettbewerbe in diese Kategorie eingeordnet; an zweiter Stelle die Informationen über Freizeit, Hobbies, Kunst, Mode, Sex, Gesellschaftsklatsch, Haushalt und Kochen.

3.3.5.2.3.4. Örtlicher Bezug

Diese Kategorien, die jeden Beitrag unter Berücksichtigung seiner lokalen oder überregionalen Bedeutung nach dem ört-

lichen Bezug einteilen, sollen es erlauben, zu beurteilen, welche Wertigkeit das Heimatland und Gastland (bzw. BRD) in der Berichterstattung insgesamt einnimmt.

1. Keine Ortsangabe: Hier werden die Beiträge eingeordnet, deren regionaler Bezug nicht klar festzustellen ist. Dies trifft aber nur auf eine unbedeutende Anzahl zu.
2. Türkei - überregional: Hierunter fallen alle Beiträge mit einer überregionalen Dimension in der Türkei, also die Informationen, die für das ganze Land und Bevölkerung von Bedeutung sind.
3. Türkei - lokal: Es sind dies Beiträge aus meist kleinen Ortschaften oder Stadtteilen, die nicht nationale, sondern lokale Bedeutung haben.
4. Deutschland - überregional,
5. Deutschland - lokal: Wegen der besonderen Stellung der BRD in der Berichterstattung der untersuchten türkischen Zeitungen werden die Beiträge über die Ereignisse in der BRD gesondert je nach ihrem überregionalen oder lokalen Charakter unter der jeweiligen Kategorie eingeordnet. Dabei werden die Beiträge, die für die ausländischen Arbeitnehmer oder für die türkischen Arbeitnehmer besonders wichtig sind - wie z. B. Informationen über die Neuregelung des Kindergeldes oder ein Interview mit einem zuständigen deutschen Staatsmann über die Probleme von Gastarbeiterkindern -, als überregional eingestuft.
6. Andere Gastländer: Dies bezieht sich auf die lokalen und überregionalen Beiträge aus anderen europäischen Ländern, in denen türkische Arbeitnehmer beschäftigt sind. Es sind Frankreich, Holland, Österreich, Schweiz, Dänemark, Schwerden, Norwegen, Finnland, Belgien, Luxemburg.

7. Andere Länder: Darunter sind die lokalen, überregionalen Beiträge über alle anderen Länder einbezogen.

3.3.5.2.3.5. Bezug auf die Gastarbeiter

Mit Hilfe der folgenden Kategorien werden die Beiträge bezüglich ihrer Relevanz für die ausländischen Arbeitnehmer - besonders für die türkischen Arbeitnehmer - geordnet. Alle Beiträge, die sich mittelbar oder unmittelbar mit den Gastarbeitern, mit ihren Familien und Kindern beschäftigen, sind hier erfaßt.

1. Kein Bezug: Diese Kategorie bezieht sich auf die Beiträge, die auf die Gastarbeiter gar keinen Bezug haben.
2. Bezug auf Gastarbeiter allgemein: Es sind dies Beiträge, in denen Themen behandelt werden, die nicht nur türkische, sondern alle ausländischen Arbeitnehmer in der BRD oder in anderen Gastländern betreffen, wie z. B. die Behandlung der Probleme der ausländischen Arbeitnehmer im Europarat, Informationen der Bundesanstalt für Arbeit bezüglich aller ausländischen Arbeitnehmer in der BRD, Statistiken über die Ausländerbeschäftigung in der BRD oder in Frankreich.
3. Bezug auf die türkischen Arbeitnehmer allgemein: In diese Kategorie gehören die Beiträge, die ausschließlich für die türkischen Gastarbeiter gedacht sind. Die Aktivitäten der untersuchten türkischen Zeitungen - wie z. B. Fotowettbewerbe, die Namenslisten von türkischen Gastarbeitern, die für die Erdbebenopfer in der Türkei Geld gespendet haben, einer in Günaydin täglich veröffentlichter Sonderbeitrag für die die Volksschule besuchenden Kinder der türkischen Gastarbeiter und die Beiträge, in denen keine exakte Verbindung zwischen den

türkischen Gastarbeitern und den anderen Partnern besteht, werden grundsätzlich unter diese Kategorie eingeordnet. Deshalb kann diese Kategorie als eine Restkategorie betrachtet werden.

4. Bezug auf die türkischen Gastarbeiter in Verbindung mit der deutschen Bevölkerung und den Behörden: Diese Kategorie besteht aus Beiträgen über Themen, die sich mit den verschiedenen Verbindungen oder Beziehungen der türkischen Gastarbeiter nur zu den deutschen Behörden oder zur Bevölkerung befassen, wie z. B. die türkischen Gastarbeiter und die deutschen Zollstellen oder die deutschen Gewerkschaften, oder der deutsche Nachbar.
5. Bezug auf die türkischen Gastarbeiter in Verbindung mit der anderen gastländischen Bevölkerung und den Behörden: Hier handelt es sich um die Beiträge, in denen die Beziehungen zwischen den türkischen Gastarbeitern und der anderen gastländischen Bevölkerung und Behörden (es sind Frankreich, Holland, Österreich, Schweiz, Dänemark, Schweden, Norwegen, Finnland, Belgien und Luxemburg) behandelt werden.
6. Bezug auf die türkischen Gastarbeiter in Verbindung mit den gastländischen und türkischen Stellen: In diese Kategorie fallen die Beiträge über die Verhandlungen und verschiedenen Aktivitäten zwischen türkischen und gastländischen privaten oder offiziellen Stellen, die sich auf die türkischen Gastarbeiter beziehen, wie z. B., Verhandlungen zwischen türkischen und gastländischen (bzw. deutschen) Arbeitsministerien, Gewerkschaften oder ein Treffen bezüglich der Schulprobleme zwischen einem türkischen Lehrerverein in der BRD und den Beamten des deutschen Erziehungsministeriums, oder Information über eine türkisch-österreichische industrielle

Unternehmung in der Türkei, wobei die türkischen Gastarbeiter als Aktionäre beteiligt sind.

7. Bezug auf die türkischen Gastarbeiter in Verbindung mit Türken und türkischen Stellen in der Türkei: Gemeint sind hier alle Beiträge über Geschehnisse, die sich zwischen den türkischen Arbeitnehmern im Ausland und den Türken in der Türkei oder zwischen den türkischen Arbeitnehmern im Ausland und den türkischen Stellen - sowohl als Institution als auch als Personen - in der Türkei abspielen.
8. Bezug auf die türkischen Gastarbeiter in Verbindung mit Türken und türkischen Stellen im Gastland (bzw. in der BRD): Es sind darunter alle Beiträge, die sich um die Beziehungen der türkischen Gastarbeiter untereinander oder um die Verbindungen zu den türkischen Stellen (z. B. Botschaft, Konsulat, türkische Luftfahrtgesellschaft, türkische Reisebüros, Vertretungen der türkischen Banken) drehen, subsumiert.
9. Bezug auf die türkischen Gastarbeiter in Verbindung mit Gastarbeitern anderer Nationalitäten: Diese Kategorie bezieht sich auf Beiträge über das Verhältnis der türkischen Gastarbeiter zu anderen Gastarbeitergruppen im Gastland (bzw. in der BRD). Es sind die jugoslawischen, italienischen, griechischen, spanischen und portugiesischen Gastarbeiter.

3.3.5.2.3.6. Formalkategorien

Um feststellen zu können, in welcher Form die Beiträge in den Zeitungen dargeboten sind, werden folgende Kategorien aufgestellt:

1. Kurznachricht: Es sind die kleinsten Textbeiträge ohne Fotos, die aus zwei oder vier Sätzen - in einer Spalte à 4 cm - bestehen und ohne weitere Informationen nur die Fakten eines Ereignisses vermitteln.
2. Meldung: Bei der Meldung werden die Handlungen, Entscheidungen und Ereignisse durchschnittlich ausführlich behandelt und zusätzliche Einzelheiten berichtet. Oft gehören ein oder zwei Photos zu dem Text.
3. Bericht: Hier handelt es sich um eine sehr ausführliche Darstellung einer Handlung, eines Ereignisses oder eines Problems mit allen Vorkommnissen und Hintergrundinformationen - mit oder ohne Photos -.
4. Reportage-Interview: Zu dieser Kategorie gehören die Gespräche der türkischen Journalisten mit den türkischen Gastarbeitern und auch "... mit einer Persönlichkeit des öffentlichen Lebens (Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Künstlerprominenz) zum Zwecke der publizistischen Verwertung." 288)
5. Kommentar: Darunter sind die Leitartikel und die Kommentare, die unter einem bestimmten Titelkopf veröffentlicht werden wie z. B. "Düşünceler" (Die Gedanken), "Şimdilik" (für Jetzt), "Dogrusu" (das Richtige), "Bizim Köşe" (Unsere Ecke), und die zusammengefaßten Kommentare aus den türkischen Zeitungen, die in der BRD nicht erscheinen, eingeordnet.
6. Romane allgemein: Zu dieser Kategorie gehören die Fortsetzungsromane und die Fotoromane, die in den untersuchten Zeitungen täglich veröffentlicht werden.
7. Comics: Dazu gehören die Bild-Geschichten mit kurzem Begleittext.
8. Karikaturen: Darunter sind alle Karikaturen eingeordnet.

9. Leserbriefe: Es sind alle Briefe, die von türkischen Lesern in den Gastländern (bzw. in der BRD) einzeln oder in Gruppen verfaßt und in den Zeitungen veröffentlicht werden.
10. Sonstiges: Unter diese Restkategorie fallen die Hinweise auf die Fernsehprogramme, Preisausschreiben, Horoskope sowie in den Zeitungen selten veröffentlichten selbständigen Fotos mit kurzem Untertext.

3.3.5.2.3.7. Kategorien für Anzeigen

In dieser Arbeit werden für die Untersuchung der Anzeigen folgende Kategorien gebildet, die sich grundsätzlich auf zwei Merkmale stützen: 1. die Themenbereiche der Anzeigen und 2. der Anteil der türkischen und deutschen Firmen in den Anzeigen.

Da die Anzeigen in diesen untersuchten Zeitungen meist auf bestimmte Geschäftsbereiche und Leistungen bezogen sind, ist die Aufstellung der Anzeigenkategorien zum Teil erleichtert. Dabei werden die Kriterien, z. B. ob die Anzeigen einen lokalen oder überregionalen Charakter haben und inwieweit sie der Werbung dienen ²⁸⁹⁾, nicht berücksichtigt.

3.3.5.2.3.7.1. Themenbereiche der Anzeigen

Folgende Kategorien sollen alle Anzeigen, die in den untersuchten türkischen Zeitungen erscheinen, erfassen: ²⁹⁰⁾

1. Anzeigen für Dienstleistungen: Es sind die Anzeigen von Banken, Kreditgesellschaften, Transportfirmen, Luftfahrtgesellschaften sowie Reisefirmen (welche die Heimatreisen veranstalten).

2. Werkzeuge, Fahrzeuge, Maschinen, Elektrogeräte: Es sind z. B. Anzeigen für landwirtschaftliche Maschinen, Autos, Rundfunk- und Fernsehgeräte, Textilmaschinen.
3. Haushalts- und Einrichtungsgegenstände: Zum Beispiel die Küchengeräte, Möbel und Teppiche.
4. Textil-Bekleidung und die Waren für persönlichen Bedarf: Es sind z. B. die Vorhänge, Bekleidungsgegenstände, Kosmetiksachen, Brillen, Rasierklingen, Feuerzeuge.
5. Nahrungs- und Genußmittel: Tabakwaren, Konserven, Speiseöl usw. und die Angebote von türkischen Metzgereien in der BRD.
6. Unterhaltungswaren: Unter diese Kategorie werden in dieser Untersuchung die Anzeigen von türkischen Musik-cassetten eingeordnet.
7. Bücheranzeigen: Es sind die Bücheranzeigen von verschiedenen Verlagen.
8. Stellenmarkt und Kleinanzeigen: Stellenangebote und kleine Verkaufsanzeigen.
9. Grundstück und Wohnungsverkauf: Die Anzeigen von Bau-firmen und Grundstückshändlern.
10. Eigene Anzeigen des Verlages: Es sind die Anzeigen von Zeitungsverlagen für die neuen Abonnenten.
11. Sonstiges: Darunter werden die Heiratsannoncen erfaßt.

3.3.5.2.3.7.2. Herkunft der Anzeigen gebenden Firmen

Folgende Kategorien werden in der Absicht gewählt, die Anteile der türkischen und deutschen Firmen im Anzeigenge-

schäft der untersuchten Zeitungen feststellen zu können. Die Bestimmung der Firmenherkunft erfolgte nach den in jeder Anzeige angegebenen Firmennamen und Adressen. Bei der von Personen angegebenen Kleinanzeigen wird die Nationalität des Anzeigengebers berücksichtigt (wobei Heiratsannoncen nicht berücksichtigt werden).

1. Türkische Firmen in der Türkei: Unter diese Kategorie fallen alle Anzeigen von türkischen Firmen, die nur in der Türkei tätig sind.
2. In der BRD vertretene türkische Firmen: Es sind die türkischen Firmen, die in der BRD eine feste Zweigstelle oder einen Vertreter haben. In solchen Anzeigen ist der türkische Firmenname und die Adresse der deutschen Vertretung zu erkennen.
3. Türkische Firmen in der BRD: Diese Kategorie bezieht sich auf die in der BRD ansässigen türkischen Export-Importfirmen, Reise- und Transportfirmen und die türkischen Lebensmittelgeschäfte.
4. Deutsche Firmen: Es sind die Anzeigen von deutschen Firmen.
5. Türkisch-deutsche Firmengesellschaften: Es handelt sich hier um die Anzeigen von in der BRD oder in der Türkei tätigen türkisch-deutschen Firmengesellschaften.
6. Sonstige Firmen: Unter diese Kategorie werden die Anzeigen von anderen Firmen erfaßt.

3.3.5.2.4. Datenerhebung

In dieser Untersuchung wurden insgesamt 2418 Beiträge (1250 Textbeiträge und 1168 Anzeigen) nach oben ange-

führten Kategorien ausgewertet.

Für jedes Zeitungsexemplar wurde ein eigener Codeplan angelegt. Alle Beiträge wurden zunächst auf den Codeplan und dann auf die Lochkarten eingetragen. Dabei wurden die Flächen der Beiträge in cm² genau gemessen und als Seite umgerechnet. Die Ergebnisse wurden mit Hilfe von EDV-Verfahren nach Menge und Umfang (als Seite) sowohl in absoluten als auch in Prozentzahlen in Tabellen dargestellt. Die Auswertung der Tabellen ergab folgende Ergebnisse:

3.3.5.3. Ergebnisse

3.3.5.3.1. Umfang der eigenständigen Teile der Europaausgaben

Ein Vergleich zwischen Europa- und Originalausgaben der jeweiligen Zeitungen bezüglich der Seitenzahl zeigt einen kleinen Unterschied auf. Während die 7 Europaausgaben von Hürriyet und Günaydin weniger Seiten als ihre Originalausgaben haben, hat Milliyet die gleiche Seitenzahl und Tercüman sogar etwas mehr.

Dieser in der Untersuchungszeit bestehende Unterschied kann sich aber seitdem geändert haben, da die Europaausgaben dieser Zeitungen mit redaktionellen Neuerungen sich zum Teil entwickeln. Die Europaausgaben von Günaydin werden z. B. seit Mai 1978 im selben Umfang wie ihre Originalausgabe gedruckt.

Der Unterschied zwischen beiden Ausgaben besteht zunächst darin, daß 1. die in der Originalausgabe veröffentlichten Türkeianzeigen in den Europaausgaben fehlen und 2. stattdessen zusätzliche Beiträge und Anzeigen aufgenommen werden. Ein Teil dieser zusätzlichen Beiträge hat

Tabelle 15 Das Verhältnis der Seitenzahl bei der Original- bzw. Europaausgaben sowie deren eigenständigen Umfang bei:

	Der Seitenzahl der Untersuchten 7 Originalausgaben	DerSeitenzahl der Untersuchten 7 Europaausgaben	Umfang der eigen- staendiger Teile von Europaausgaben
Hürriyet	98	90	55.7 - 61,9 %
Tercüman	84	90	44.6 - 49.5 %
Milliyet	84	84	31.3 - 37.2 %
Günaydin	84	72	40.2 - 55.8 %

in den Europaausgaben einen festen Platz: Während des Untersuchungszeitraumes wurden jeden Tag in Hürriyet zwei extra Kommentare und ausgewählte Kommentare aus der türkischen Presse, zwei Fortsetzungs- und ein Fotoroman; in Tercüman ein Kommentar, zwei Fortsetzungs- und ein Fotoroman eine Bildgeschichte; in Milliyet ein Kommentar; in Günaydin ein Kommentar und ausgewählte Kommentare aus der türkischen Presse, zwei Bildgeschichten und eine Rubrik mit dem Titel "Humor - Witz" in Europaausgaben veröffentlicht.

Durchschnittlich etwa die Hälfte des Umfanges der Europaausgaben besteht aus eigenständigen Beiträgen. Im einzelnen zeigen sich jedoch gewisse Unterschiede. Während der Umfang der eigenständigen Teile der Europaausgaben bei Hürriyet und Günaydin ziemlich groß (jeweils 61,9 % und 55,8 %) ist, ist der bei Tercüman und Milliyet geringer (jeweils 49,5 und 37,2 %).

3.3.5.3.2. Text-Anzeige Verhältnisse

Bezieht man die Anzeigen auf den gesamten Textteil, nehmen die Anzeigen durchschnittlich 17,1 % der Europaausgaben ein. Im einzelnen ist es in den vier Zeitungen jedoch unterschiedlich: in Hürriyet 23,5 %; in Tercüman

16 %; in Milliyet 15,2 % und in Günaydin 13,8 %.

Wenn das Text-Anzeige Verhältnis innerhalb der eigenständigen Teile der Europaausgaben der jeweiligen Zeitungen verglichen wird, dann zeigt sich, daß durchschnittlich 1/3 der eigenständigen Teile der Europaausgaben aus Anzeigen bestehen (Hürriyet 37,9 % (21,1 Seiten); Tercüman 32,2 % (14,4 Seiten); Milliyet 40,8 % (12,7 Seiten) und Günaydin 24,7 % (9,93 Seiten).

Hürriyet hat mit 443 Anzeigen (einem Umfang von 21,1 Seiten) im Vergleich zu den anderen Zeitungen ein größeres Anzeigengeschäft. 40,8 % des eigenständigen Teiles von Milliyet bestehen zwar auch aus Anzeigen, wenn man sie aber ihrer Anzahl (166 Anzeigen) und ihrem Umfang (12,7 Seiten) nach mit den anderen Zeitungen vergleicht, dann nimmt Milliyet nach Hürriyet und auch Tercüman den dritten Platz ein. Der große Anzeigenteil in Hürriyet steht wohl damit in Zusammenhang, daß sie auch in der Türkei ein breites Anzeigengeschäft führt.

3.3.5.3.3. Anzeigen

3.3.5.3.3.1. Themenbereiche der Anzeigen

Die Aufschlüsselung der Anzeigen nach Themenbereichen ergibt in den einzelnen Zeitungen zum größten Teil ein ähnliches Bild. Die "Unterhaltungswaren", worunter die Anzeigen für die türkischen Musikcassetten eingeordnet wurden, zeigen nach ihrem Umfang einen beachtlich hohen Wert, obwohl sie zahlenmäßig im allgemeinen an dritter Stelle stehen (67 Anzeigen - 14,2 Seiten). In Milliyet und Günaydin kommen sie sogar umfangmäßig an erster Stelle (jeweils mit einem Umfang von 3,75 und 3,14 Sei-

ten), in Tercüman mit 2,73 Seiten und in Hürriyet mit 4,95 Seiten an dritter Stelle. Diese Anzeigen von in der BRD tätigen türkischen Cassetten-Herstellerfirmen meist in einem Umfang von einer Seite aufgegeben, beinhalten die Cassettenlisten und neue Angebote der jeweiligen Firmen.

Nach der Anzahl und dem Umfang kommen die Anzeigen für Dienstleistungen (besonders die Anzeigen von Banken, Aktiengesellschaften, Transportfirmen und Luftfahrtgesellschaften) insgesamt mit 15,3 Seiten (418 Anzeigen) an erster Stelle. Im einzelnen: in Hürriyet 146 Anzeigen - 5,1 Seiten; in Tercüman 167 Anzeigen - 4,9 Seiten; in Milliyet 47 Anzeigen - 2 Seiten und in Günaydin 58 Anzeigen - 2,6 Seiten.

Eine besondere Bedeutung haben auch die Anzeigen für Werkzeuge, Maschinen, Elektrogeräte (insgesamt 269 Anzeigen - 13,8 Seiten). Diese Anzeigen kommen in Hürriyet umfangmäßig an erster Stelle (132 Anzeigen - 7 Seiten), in Tercüman (93 Anzeigen - 2,78 Seiten) an zweiter Stelle und in Milliyet und Günaydin an dritter Stelle (jeweils 15 Anzeigen - 2 Seiten und 29 Anzeigen - 1,9 Seiten).

An vierter Stelle stehen in den jeweiligen Zeitungen unterschiedliche Anzeigengruppen. In Hürriyet "Stellenmarkt und Kleinanzeigen", in Tercüman "Grundstück- und Wohnungsverkauf", in Milliyet "Bücheranzeigen" ²⁹¹⁾ und in Günaydin "Nahrungs- und Genußmittelanzeigen".

Die Aufschlüsselung der Anzeigen nach signifikanten Themenbereichen kann im einzelnen folgendermaßen dargestellt werden:

Tabelle 16 Die dominierenden Anzeigenbereiche (nach Beitragzahl und Umfang in Prozent):

	HÜRRIYET		TERCÜMAN		MILLİYET		GÜNAYDIN	
	Zahl	Umfang	Zahl	Umfang	Zahl	Umfang	Zahl	Umfang
1	32.9	23.9	42.9	34.1	28.3	21.0	34.1	26.4
2	29.7	33.1	23.9	19.3	9.0	15.8	17.0	19.8
3	4.7	21.6	4.6	19.0	7.2	29.3	9.4	31.6
4	1.5	1.0	6.4	5.5	8.4	8.5	5.2	11.3
5	2.3	1.1	8.2	11.6	4.2	6.8	0.5	1.3
6	6.5	9.9	0.5	0.4	4.8	4.0	1.8	1.1
7	1.8	1.4	0.5	1.9	25.3	10.3	-	-

1. Anzeigen für Dienstleistungen
2. Werkzeuge, Fahrzeuge, Maschinen, Elektrogeräte
3. Unterhaltungswaren
4. Nahrungs- und Genußmittel
5. Grundstück und Wohnungsverkauf
6. Stellenangebot und Kleinanzeigen
7. Bücheranzeigen

Andere Anzeigen sind in den Zeitungen selten vertreten und haben meist einen Umfang von weniger als einer Seite. Die wichtigsten drei Anzeigenkategorien machen insgesamt 74,2 % des gesamten Umfanges der Anzeigen aus.

3.3.5.3.3.2. Die nationale Herkunft von Anzeigen

Die Aufschlüsselung der Anzeigen nach ihrer nationalen Herkunft ergibt, daß die Anzeigenteile der in der BRD erscheinenden türkischen Zeitungen hauptsächlich aus den Anzeigen von türkischen Firmen in der BRD bestehen. Von insgesamt 1041 Anzeigen²⁹²⁾ werden 699 (39,46 Seiten) durchschnittlich 71,2 % von diesen Firmen gestellt. Sie dominieren in allen vier untersuchten Zeitungen: in Hürriyet umfangmäßig 64,8 % (513,1 Seiten); in Tercüman 67,6 % (9,5 Seiten); in Milliyet 77,2 % (9,8 Seiten) und in Günaydin 75,3 % (7 Seiten).

Betrachtet man alle türkischen Firmen zusammen (türkische Firmen, die in der BRD, in der Türkei und in beiden Ländern tätig sind) erreicht ihr Anteil in den Anzeigen durchschnittlich 84 % (in Hürriyet 78,1 %, in Tercüman 82,5 %, in Milliyet 95,5 % und in Günaydin 83 %).

Wie in der Tabelle 3 ersichtlich ist, nehmen die deutschen Firmen nach den türkischen Firmen in der BRD zwar den zweiten Platz ein, doch haben sie nach Anzahl und Umfang einen niedrigen Anteil an den Anzeigen (insgesamt 214 Anzeigen in einem Umfang von 6,55 Seiten).

Tabelle 17 Verteilung der Anzeigen nach Firmen (nach Beitragzahl und Umfang in Prozent):

	HÜRRIYET		TERCÜMAN		MILLIYET		GÜNAYDIN		GESAMT	
	Zahl	Umfang	Zahl	Umfang	Zahl	Umfang	Zahl	Umfang	Zahl	Umfang
1	5.3	11.9	1.8	7.8	13.8	16.0	2.4	6.5	5.1	10.9
2	1.0	1.4	1.3	7.1	3.6	2.3	0.8	1.2	1.5	3.0
3	63.8	64.8	67.1	67.6	71.0	77.2	72.0	75.3	67.1	70.0
4	16.2	10.5	27.5	15.6	11.4	4.4	24.8	17.0	20.5	11.6
5	11.4	9.7	1.8	1.5	-	-	-	-	4.8	3.8
6	2.1	1.0	0.2	0.4	-	-	-	-	0.8	0.5
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

1. Türkische Firmen in der Türkei
2. In der BRD vertretene türkische Firmen
3. Türkische Firmen in der BRD
4. Deutsche Firmen
5. Türkische-deutsche Firmengesellschaften
6. Sonstige Firmen

Es stellt sich heraus, daß der Anteil von anderen Firmen am Anzeigengeschäft überhaupt nicht von Bedeutung ist.

Die Analyse der Anzeigen macht deutlich, daß diese vier türkischen Zeitungen in der BRD hauptsächlich durch Anzeigen von türkischen Firmen unterstützt werden. Der größte Teil des Anzeigengeschäfts wird von türkischen

Firmen in der BRD getragen, welche sich parallel zur Gastarbeitermigration in den Ballungszentren entwickelt haben.

Die Anzeigen konzentrieren sich auf Produkte und Dienstleistungen, welche eng mit der Beschäftigung der türkischen Gastarbeiter, mit ihren Verbindungen zur Heimat und mit ihren Unternehmungsvorhaben verbunden sind. Nämlich die Anzeigen der Kreditgesellschaften, Banken, Werkzeug- und Maschinenhersteller zielen offensichtlich auf die Ersparnisse und die Zukunftspläne der türkischen Gastarbeiter und beabsichtigen, sie z. B. zur Teilnahme an einer Investition in der Heimat, zur Beschaffung einer Landwirtschaftsmaschine, Baumaschine oder einer gebrauchten Industriemaschine zu motivieren. Die Transportfirmen, Luftfahrtgesellschaften und verschiedene Reisebüros befassen sich mit den Heimreisen der türkischen Gastarbeiter. Die Anzeigen der türkischen Musikkassetten dienen zur Unterhaltung und Entspannung und auch zur Erhaltung nationalen Kulturgutes.

3.3.5.3.4. Die Textteile

3.3.5.3.4.1. Anteil der jeweiligen Redaktionen bei der Gestaltung der Europaausgaben

Die Istanbuler Redaktionen der untersuchten Zeitungen haben einen großen Anteil an den Textbeiträgen, und zwar in Hürriyet mit 287 Beiträgen - 24,1 Seiten (69,8 %), in Tercüman mit 194 Beiträgen - 17,4 Seiten (57,5 %), in Milliyet mit 126 Beiträgen - 9,3 Seiten (50,4 %) und in Günaydin mit 199 Beiträgen - 15,6 Seiten (51,4 %).

Nach diesen Angaben hat die Frankfurter Redaktion umfänglich nur 25,7 % Anteil, während diese Zahl vergleichswei-

se in Tercüman bei 37,6 %, in Milliyet bei 48,1 % und in Günaydin bei 47,7 % liegt. So werden zahlenmäßig und auch umfangmäßig durchschnittlich ca. 1/3 der Textbeiträge von den Frankfurter Redaktionen gestellt.

Der Anteil der Istanbuler Redaktionen ist deswegen hoch, weil alle festen Beiträge, wie die Fortsetzungs- und Fotoromane, Kurzgeschichten, Comics usw. von diesen Redaktionen kommen.

Tabelle 18 Anteil der jeweiligen Redaktionen und Leser an der Herstellung der eigenständigen Teile der Europaausgaben (nach Beitragzahl und Umfang in Prozent):

Tages- und Wochenblätter													
HÜRRİYET			TERCÜMAN			MİLLİYET			GÜNAYDIN			GESAMT	
	Zahl	Umfang	Zahl	Umfang	Zahl	Umfang	Zahl	Umfang	Zahl	Umfang	Zahl	Umfang	
1	74.2	69.8	51.9	57.5	63.3	50.4	68.6	51.5	64.5	58.5			
2	18.9	25.7	33.4	37.6	33.2	48.1	27.6	47.7	27.5	34.4			
3	7.0	4.5	14.7	4.8	3.5	1.5	3.8	0.9	8.0	3.1			
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100			

1. Redaktion in der Türkei

2. Redaktion in der BRD (bzw. im Gastland)

3. Leser

Nur 100 Beiträge - 3,5 Seiten, die zum größten Teil aus Leserbriefen bestehen, werden von Lesern gestellt.

Im allgemeinen läßt sich aus der Untersuchung ableiten, daß die Redaktion in der Türkei in der Herstellung von Europaausgaben eine besondere Rolle spielt. Es kann jedoch angenommen werden, daß der Anteil der Frankfurter Redaktionen sich im Laufe der Zeit entwickeln wird.

Eine weitere Aufschlüsselung der Beiträge der jeweiligen Redaktionen ergibt, daß die Istanbuler Redaktionen Beiträge zur Information an erster, zur Unterhaltung an zweiter und zur Meinungsbildung an dritter Stelle bringen, während die Redaktion in der BRD zwar auch hauptsächlich Information und Unterhaltung stellen, aber bei

ihnen die Beiträge zur Orientierungshilfe einen wichtigen Platz einnehmen.

3.3.5.3.4.2. Thematische Schwerpunkte der Berichterstattung

Die Aufschlüsselung der Textbeiträge nach Feinthemen läßt die thematischen Schwerpunkte der Berichterstattung der vier untersuchten Zeitungen erkennen. Folgende allgemeine Feinthemen werden in allen Zeitungen der Reihenfolge nach behandelt: 1. Sonstiges (u. a. verschiedene Beiträge wie z. B. Sport, Gesellschaftsklatsch, Frau und Mode, Humor), 2. Soziales, 3. Wirtschaft und 4. Politik (Tabelle 19).

Im einzelnen werden diese Inhaltskategorien in folgender Weise behandelt:

1. Sonstiges: Unter diese Kategorie werden vermischte Themen, also Krimis, Unfälle, Gesellschaftsklatsch usw. in allen vier Zeitungen an erster Stelle aber in verschiedenen Umfängen (in Hürriyet 8,13 Seiten, in Tercüman 10,44 Seiten, in Milliyet 2,65 Seiten und in Günaydin 5,91 Seiten) subsumiert. Dieses Feintheema rangiert sogar in Hürriyet, Tercüman und Günaydin vor allen anderen Inhaltskategorien. Es macht allein in Hürriyet 23,5 %, in Tercüman 34,5 %, in Günaydin 19,4 % aller Beiträge aus; in Milliyet jedoch nur 14,3 %).

Hinter der Inhaltskategorie "Vermischtes" folgen im wesentlichen in Hürriyet der Sport (46 Beiträge - 4,6 Seiten) und Restliches, in Tercüman der Sport (17 Beiträge - 1,58 Seiten) und Religion (14 Beiträge - 1,32 Seiten), in Günaydin die Aktivitäten (11 Beiträge - 4 Seiten) und Humor - Witz (45 Beiträge - 3,6 Seiten). In Milliyet dagegen Kunst, Kultur, Technik (15 Beiträge - 1,16 Seiten) und der Sport (7 Beiträge - 0,6 Seiten).

Tabelle 19 Verteilung der Textbeiträge nach allgemeinen Themenbereichen (nach Anzahl der Beiträge und nach Umfang in Prozent):

HÜRRİYET		TERCÜMAN		MILLİYET		GÜNAYDIN		GESAMT	
Zahl	Umfang	Zahl	Umfang	Zahl	Umfang	Zahl	Umfang	Zahl	Umfang
1. 14.0	14.9	11.7	7.5	18.0	14.8	5.8	8.0	12.0	11.1
2. 17.0	14.6	12.0	7.6	17.5	16.2	18.3	9.5	15.9	11.6
3. 17.8	22.5	30.7	28.0	24.6	30.5	11.0	20.3	21.2	24.7
4. 51.1	47.8	45.4	56.6	39.7	38.4	64.8	62.0	50.8	52.5
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

1. Politik
2. Wirtschaft
3. Soziales
4. Sonstiges

2. Soziales: Die sozialen Themen werden in den Europaausgaben von vier Zeitungen im allgemeinen zwar an zweiter Stelle, aber jeweils umfangmäßig und zahlenmäßig unterschiedlich behandelt.

In Hürriyet beziehen sich 38 Beiträge (3,67 Seiten) auf die soziale Lebenswelt - C, also auf die Beziehungen der Gastarbeiter zu ihren Landsleuten und zu den einheimischen Behörden, 17 Beiträge (2 Seiten) auf die soziale Arbeitswelt, 10 Beiträge (1,1 Seiten) auf die soziale Lebenswelt - B, also auf die Beziehungen der Gastarbeiter zu gastländischen Behörden und nur 4 Beiträge (1 Seite) auf die Probleme der Gastarbeiterkinder.

In Tercüman werden dagegen die Themen aus der Arbeitswelt mit 39 Beiträgen (3,9 Seiten) an erster Stelle behandelt. Dann folgen die Themen aus der sozialen Lebenswelt - C (46 Beiträge - 2 Seiten), - A (12 Beiträge - 1,3 Seiten) und - B (18 Beiträge - 1,2 Seiten).

Tabelle 20 Verteilung der Textbeiträge nach Feinthemen
(nach Anzahl der Beiträge und Umfang in Prozent):

HÜRRIYET			TERCÜMAN		MILLİYET		GÜNEYDİN		GESAMT	
Zahl	Umfang		Zahl	Umfang	Zahl	Umfang	Zahl	Umfang	Zahl	Umfang
1.	14.0	14.9	11.7	7.5	18.0	14.8	5.8	8.0	12.0	11.1
2.	17.0	14.6	12.0	7.6	17.5	16.2	18.3	9.5	15.9	11.6
3.1.	4.4	5.8	10.4	13.0	8.5	7.1	3.4	2.5	6.6	7.0
3.2.	1.0	2.8	3.2	4.1	1.0	0.7	3.1	12.5	2.1	5.4
3.3.	2.5	3.2	4.8	4.0	7.0	13.9	0.3	0.003	3.4	4.3
3.4.	9.8	10.6	12.2	6.6	8.0	8.6	4.1	5.3	9.0	7.8
4.1.	1.8	1.5	4.2	2.7	7.5	6.2	3.8	3.1	4.0	3.0
4.2.	2.3	2.5	3.7	4.3	1.5	0.2	-	-	2.0	1.9
4.3.	11.8	13.2	4.5	5.2	3.5	3.0	3.8	3.2	6.4	6.7
4.4.	25.8	23.5	22.2	34.5	16.0	14.3	12.8	19.4	20.1	23.8
4.5.	2.0	1.5	3.2	2.4	-	-	15.5	11.9	5.2	4.3
4.6.	-	-	0.5	2.1	-	-	3.8	13.4	1.0	4.1
4.7.	1.8	0.5	1.8	2.8	3.5	9.4	2.4	1.2	2.2	2.8
4.8.	0.5	0.2	-	-	0.5	1.3	10.3	3.1	2.6	1.1
4.9.	-	-	-	-	0.5	0.3	3.4	1.4	0.8	0.4
4.10.	5.0	4.6	5.0	2.7	6.5	3.3	9.0	4.8	6.1	3.0
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

1. Politik
2. Wirtschaft
3. Soziales

- 3.1. Soziale Arbeitswelt
- 3.2. Soziale Lebenswelt - A
- 3.3. Soziale Lebenswelt - B
- 3.4. Soziale Lebenswelt - C

4. Sonstiges
- 4.1. Kunst - Kultur - Wissenschaft
- 4.2. Religion
- 4.3. Sport
- 4.4. Vermischtes
- 4.5. Humor - Witz
- 4.6. Aktivitäten
- 4.7. Fernsehprogramm
- 4.8. Gesundheit
- 4.9. Frau und Mode
- 4.10. Restliches

In Günaydin kommt die soziale Lebenswelt - A (9 Beiträge - 3,7 Seiten) an erster Stelle (jedoch wegen den in diesem Zeitraum veröffentlichten Kinderteiles), dann die sozia-

le Lebenswelt - C und die soziale Arbeitswelt. Die soziale Lebenswelt - B wird nur mit einem Beitrag behandelt.

In Milliyet werden soziale Themen unterschiedlich behandelt, nämlich diese Zeitung zeigt eine starke Betonung, die Beziehungen zwischen den Gastarbeitern und der gastländischen Bevölkerung und den Behörden. 14 Beiträge (2,58 Seiten) - etwa 14 % der gesamten Textbeiträge in dieser Zeitung - beziehen sich auf die Kategorie soziale Lebenswelt - B. An zweiter Stelle kommt die Kategorie soziale Lebenswelt - C (16 Beiträge - 1,6 Seiten) gefolgt von der sozialen Arbeitswelt (17 Beiträge - 1,33 Seiten) und der sozialen Lebenswelt - A (2 Beiträge - 0,1 Seite).

In diese Untersuchung fallen sehr wenige Berichte über die Probleme der Gastarbeiterkinder. Themen aus der sozialen Lebenswelt der türkischen Gastarbeiter in Interaktion mit gastländischer Bevölkerung werden - mit Ausnahme von Milliyet - selten behandelt.

3. Politik und Wirtschaft: Politische und wirtschaftliche Themen stehen in den vier Zeitungen nach den sonstigen und sozialen Themen an dritter Stelle und haben fast ähnlichen Umfang. In Hürriyet fallen 54 Beiträge (5,16 Seiten 14,9 %), in Milliyet 36 Beiträge (2,74 Seiten - 14,8 %), in Tercüman 44 Beiträge (2,28 Seiten - 7,5 %) und in Günaydin 17 Beiträge (2,44 Seiten - 8 %) auf die Politik.

Die wirtschaftlichen Themen werden in Hürriyet mit 66 Beiträgen (5,07 Seiten - 14,6 %), in Milliyet mit 35 Beiträgen (2,99 Seiten - 16,2 %), in Günaydin mit 53 Beiträgen (2,88 Seiten - 9,5 %) und in Tercüman mit 45 Beiträgen (2,32 Seiten - 7,6 %) behandelt.

Die wirtschaftlichen Themen in diesen Zeitungen beschäftigen sich hauptsächlich mit den lokalen wirtschaftlichen

Tätigkeiten, wie z. B. den Infrastrukturinvestitionen. Von den untersuchten Zeitungen hat Milliyet eine besondere Rubrik mit dem Titel Wirtschaft, die in beiden Ausgaben veröffentlicht wird. Unter Berücksichtigung dieser Rubrik weist Milliyet eine breitere Behandlung wirtschaftlicher Themen auf.

3.3.5.3.4.3. Örtlicher Bezug

Die Aufschlüsselung der Textbeiträge nach ihrem örtlichen Bezug macht deutlich, daß die "Heimat" in der Berichterstattung der Europaausgaben eine dominierende Stellung einnimmt. Von insgesamt 1250 Textbeiträgen (113,61 Seiten) beziehen sich 731 Beiträge (62,1 Seiten - 54,6 %) auf Geschehnisse in der Türkei (durchschnittlich jeder zweite Beitrag). An zweiter Stelle kommen die Beiträge über die Ereignisse in der BRD (408 Beiträge - 35,1 Seiten - 33,5 %, durchschnittlich jeder dritte Beitrag). Die anderen Gastländer (siehe S. 154 ff.) und andere Länder überhaupt haben einen geringen Anteil an der Berichterstattung.

Die Verteilung der Beiträge nach ihrem örtlichen Bezug weist in den einzelnen Zeitungen allerdings einige Unterschiede auf. Während sich 65,2 % (22,6 Seiten) der Beiträge in Hürriyet auf die Heimat beziehen, ist dieser Anteil in Milliyet mit 39,8 % (7,4 Seiten) am niedrigsten. In Tercüman ist er jedoch wieder hoch 55,8 % (16,9 Seiten) ebenso in Günaydin 49,9 % (15,1 Seiten).

Dagegen werden die Geschehnisse in der BRD in Milliyet und Tercüman prozentual ausführlicher behandelt als in anderen Zeitungen.

Tabelle 21 Örtlicher Bezug der Textbeiträge (nach der Anzahl der Beiträge und dem Umfang in Prozent):

HÜRRIYET			TERCUMAN		MILLİYET		GÜNAYDIN		GESAMT	
Zahl	Umfang		Zahl	Umfang	Zahl	Umfang	Zahl	Umfang	Zahl	Umfang
1.	65.6	65.2	49.2	55.8	48.7	39.8	67.6	49.9	58.4	54.6
2.	22.8	23.4	45.7	38.2	34.7	38.5	27.6	37.3	32.7	33.5
3.	6.3	8.0	3.7	5.3	5.0	11.2	0.7	0.6	4.1	5.8
4.	5.2	3.0	1.1	0.2	11.6	10.1	1.7	0.6	4.2	2.7
5.	-	-	0.1	0.2	-	-	-	-	-	-
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

1. Türkei (überregional - lokal)
2. Deutschland (überregional - lokal)
3. andere Gastländer
4. andere Länder
5. keine Ortsangabe

Von insgesamt 731 heimatbezogenen Beiträgen beziehen sich 413 Beiträge (27,2 Seiten) auf lokale, 318 (34,9 Seiten) auf überregionale Geschehnisse. Von insgesamt 408 Deutschland bezogenen Beiträgen behandeln 282 Beiträge (22,2 Seiten) lokale und 126 (15,9 Seiten) überregionale Geschehnisse.

Auf die anderen Gastländer fallen in dieser Untersuchung insgesamt nur 51 Beiträge in einem Umfang von 6,7 Seiten (in Hürriyet 25 Beiträge - 2,8 Seiten, in Tercüman 14 Beiträge - 1,6 Seiten, in Milliyet 10 Beiträge - 2 Seiten und in Günaydin nur 2 Beiträge - 0,2 Seiten).

Wenn man die Textbeiträge, die sowohl in der Original- als auch in der Europaausgabe veröffentlicht werden, mit berücksichtigt, zeigt sich die dominierende Rolle der Heimat in der Berichterstattung. Von 1154 solchen Textbeiträgen beziehen sich nämlich 795 auf die Türkei (68,8 %), 17 auf die BRD (1,4 %), 28 auf andere Gastländer (2,4 %) und 195 auf andere Länder (16,9 %).

3.3.5.3.4.3.1. Berichterstattung über die Heimat

Von insgesamt 731 heimatbezogenen Beiträgen - 63 Seiten - haben nur 48 Beiträge (6,5 %) einen Bezug auf die türkischen Gastarbeiter und 683 Beiträge (93,4 %) dagegen keinen. Diese 683 Beiträge werden in dieser Untersuchung als "reine" heimatbezogene Beiträge betrachtet. Die Form, die Funktion und die inhaltlichen Schwerpunkte der Heimatbeiträge werden in dieser Untersuchung besonders mit der Auswertung dieser Beiträge verdeutlicht.

Bei diesen "reinen" heimatbezogenen Beiträgen werden in allen vier Zeitungen zahlen- und umfangmäßig folgende allgemeine Themenbereiche nach folgender Reihenfolge behandelt: 1. Sonstiges (nur in Milliyet umfangmäßig an zweiter Stelle), 2. Wirtschaft (nur in Milliyet umfangmäßig an erster Stelle), 3. Politik und 4. Soziales.

Unter "Sonstiges" wird die Kategorie "Vermischtes" (insgesamt 161 Beiträge - 17,5 Seiten - 31,3 %) in Tercüman in einem Umfang von 7,6 Seiten (56,5 %), in Hürriyet von 5,9 Seiten (28,2 %) in Günaydin - abgesehen von der Kategorie "Humor - Witz" - mit 3,1 Seiten (21 %) an erster Stelle und in Milliyet aber nur mit 0,9 Seiten (13,9 %) an dritter Stelle behandelt.

Die Kategorie "Wirtschaft" ist zwar insgesamt zahlenmäßig öfter vertreten (178 Beiträge) als die Beiträge zu "Vermischtes", umfangmäßig nehmen sie aber weniger Platz ein (12,1 Seiten). Die wirtschaftlichen Beiträge bestehen grundsätzlich aus den - meist lokalen - Meldungen über infrastrukturelle Unternehmungen in verschiedenen Ortschaften in der Türkei, z. B. über den Bau von Bewässerungsanlagen, Elektrifizierung, Straßenbau, Eröffnung neuer Betriebe usw.. Umfangmäßig 39,5 % der reinen hei-

matbezogenen Beiträge in Milliyet entfallen auf diese Kategorie (2,7 Seiten), in Hürriyet 23,2 % (jedoch 4,8 Seiten), in Günaydin 17 % (2,5 Seiten) und in Tercüman 14,5 % (1,9 Seiten).

Im einzelnen beziehen die reinen Heimatbeiträge sich umfangmäßig auf folgende dominierende Inhaltskategorien:

Tabelle 22 Verteilung der Heimatbeiträge ohne Bezug auf die Gastarbeiter nach Feinthemen (nach umfangmäßiger Rangordnung):

Hürriyet	Tercüman	Milliyet	Günaydin
1. Vermischtes	Vermischtes	Wirtschaft	Humor - Witz
2. Wirtschaft	Wirtschaft	Politik	Vermischtes
3. Sport	Politik	Vermischtes	Wirtschaft
4. Politik	Humor-Witz	Kunst-Kultur	Restliches
5. Restliches	Restliches	Restliches	Politik
6. Religion	Religion	Soz.Arbeitswelt	Kunst-Kultur
7. Humor-Witz	Sport	Sport	Sport
8. Kunst-Kultur	Kunst-Kultur	-	Soz. Arbeitswelt
9. Soz. Arbeitswelt	Soz.Arbeitswelt	-	Frau und Mode
10. Gesundheit	-	-	Gesundheit

Die Aufschlüsselung aller heimatbezogenen 731 Beiträge nach den Funktional kategorien ergibt, daß diese Kategorien nach folgender Reihenfolge behandelt werden: 1. Information, 2. Unterhaltung, 3. Meinungsbildung und 4. Orientierungshilfe.

Die informativen, heimatbezogenen Beiträge machen umfangmäßig 80,7 % (6,03 Seiten) aller heimatbezogenen Beiträge in Milliyet aus und 57,6 % in Hürriyet (jedoch noch umfangreicher 13,02 Seiten). In Tercüman und Günaydin sind die informativen Beiträge an zweiter Stelle behandelt.

Die unterhaltenden heimatbezogenen Beiträge sind in Günaydin (8,12 Seiten - 53,6 %) und in Tercüman (7,42 Seiten -

44 %) stark vertreten. In Hürriyet (6,5 Seiten - 28,9 %) und in Milliyet (1,16 Seiten - 15,5 %) belegen sie aber einen zweiten Platz.

Die Beiträge zur Meinungsbildung, die im allgemeinen in vier Zeitungen an dritter Stelle behandelt werden, sind in Hürriyet mit 26 Beiträgen (2,8 Seiten), in Tercüman mit 12 Beiträgen (1,9 Seiten), in Günaydin mit 14 Beiträgen (1,26 Seiten) und in Milliyet mit nur 3 Beiträgen (0,28 Seiten) vertreten. Die hohen Angaben von Hürriyet und Günaydin sind zu den zusätzlichen Kommentaren und den ausgewählten Kommentaren aus der türkischen Presse in diesen Blättern zurückzuführen.

Orientierungshilfebeiträge sind hier mit nur vier Beiträgen (0,75 Seiten) vertreten.

3.3.5.3.4.3.2. Berichterstattung über die BRD

Durchschnittlich 34,3 % (umfangmäßig) der Textbeiträge, die in den eigenständigen Teilen der Europaausgaben veröffentlicht werden, beziehen sich auf die Geschehnisse in der BRD. Wenn man die 408 Deutschland bezogenen Beiträge (38,1 Seiten) nach ihrer Relevanz für die Gastarbeiter untersucht, dann stellt sich heraus, daß nur 71 Beiträge (17,4 %) in einem Umfang von 5,3 Seiten (13,9 %) keinen Bezug auf die Gastarbeiter haben und daher als "reine" Deutschlandbeiträge eingeordnet werden können. Die Angaben dieser Untersuchung verdeutlichen, daß die reinen Deutschlandbeiträge in der Berichterstattung der Europaausgaben - mit Ausnahme von Milliyet - einen sehr unwichtigen Anteil haben (umfangmäßig nur 1,4 % aller ausgewerteten Textbeiträge in Günaydin, 1,6 % in Hürriyet, 6 % in Tercüman und 14 % in Milliyet).

Bei diesen rein Deutschland bezogenen Beiträgen handelt es sich um folgende Themen: Insgesamt 28 Beiträge (39,4 %) sind sogenannte Hinweise auf die deutschen Fernsehprogramme. Dann werden vermischte Themen (insgesamt 11 Beiträge), Kunst, Kultur und Technik (insgesamt 8 Beiträge), Politik und Wirtschaft (jeweils 6 Beiträge).

Tabelle 23 Die Verteilung der reinen Deutschlandbeiträge nach Feinthemen insgesamt (nach Anzahl der Beiträge und Umfang):

	ANZAHL DER BEITRÄGE		UMFANG ALS SEITE	
	Abs.	in %	Abs.	in %
1. Fernsehprogramm	28	39.4	3.20	59.9
2. Vermischtes	11	15.4 (25.6)	0.51	9.5 (23.8)
3. Kunst, Kultur.	8	11.2 (18.6)	0.45	8.4 (21.0)
4. Politik	6	8.4 (13.8)	0.35	6.5 (16.3)
5. Wirtschaft	6	8.4 (13.8)	0.17	3.9 (0.5)
6. Restliches	5	7.0 (11.6)	0.38	7.1 (17.7)
7. Soziale Arbeitswelt	4	5.6 (9.3)	0.09	1.6 (4.2)
8. Sport	3	4.2 (6.9)	0.19	3.5 (8.8)
G E S A M T	71	100.0 -	5.34	100.0 -

() Prozentwerte ohne Berücksichtigung der Fernsehprogramme

Die reinen Deutschlandbeiträge werden in den Zeitungen meist in Kurzform dargestellt (23 Kurznachrichten, 11 Meldungen und 5 Berichte).

Von insgesamt 408 Deutschland bezogenen Beiträgen haben 337 Beiträge (82,5 %) einen Bezug auf die Gastarbeiter. Die Verteilung dieser Beiträge nach den einzelnen Bezugskategorien zeigt, daß sie sich grundsätzlich auf die türkischen Gastarbeiter beziehen, und zwar in Verbindung mit Türken und türkischen Behörden im Gastland bzw. in der Heimat.

Von diesen 337 Gastarbeiter bezogenen Beiträgen fallen insgesamt 113 Beiträge (33,5 %) auf die Kategorie "Bezug auf die türkischen Gastarbeiter in Verbindung mit Türken und türkischen Behörden im Gastland" und 99 (29,3 %) "in der Türkei".

Nach der Zahl der Beiträge sind diese Kategorien in allen vier Zeitungen an erster Stelle vertreten (in Tercüman mit 91, in Hürriyet mit 54, in Günaydin mit 47 und in Milliyet mit 22 Beiträgen). Umfangmäßig sind sie in Hürriyet mit 4,59 Seiten (60 % der Gastarbeiter bezogenen Deutschlandbeiträge in dieser Zeitung), in Günaydin mit 4,36 Seiten (40 %), in Tercüman mit 3,85 Seiten (39,4 %) an erster Stelle und in Milliyet mit 1,27 Seiten (28 %) an zweiter Stelle behandelt.

Die Kategorie "Bezug auf die türkischen Gastarbeiter in Verbindung mit deutschen Behörden und der Bevölkerung" steht in Milliyet mit 18 Beiträgen (39,1 % der Gastarbeiter bezogenen Deutschlandbeiträge in dieser Zeitung) in einem Umfang von 2,5 Seiten (55,2 %) an erster Stelle, während sie in Tercüman umfangmäßig und zahlenmäßig zwar stärker (3,56 Seiten - 36 Beiträge) prozentual aber nur (36,5 % - 24,8 %) an zweiter Stelle, in Hürriyet mit 14 Beiträgen (18,6 %) - 1,64 Seiten (21,7 %) an dritter Stelle und in Günaydin mit nur 6 Beiträgen (8,4 %) - 0,92 Seiten (8,4 %) an letzter Stelle stehen.

Auffallend ist hier, daß über Ereignisse aus der sogenannten türkischen Subkultur in Milliyet umfangmäßig weniger berichtet wird, als von Ereignissen, die zwischen türkischen Gastarbeitern und Deutschen geschehen.

Die Aufschlüsselung der Gastarbeiter bezogenen Deutschlandbeiträge nach allgemeinen Themenbereichen zeigt, daß dabei zahlenmäßig 1. die sozialen (167 Beiträge), 2. son-

stigen (123 Beiträge), 3. politischen (42 Beiträge) und 4. wirtschaftlichen Themen (3 Beiträge) behandelt werden.

Tabelle 24 Verteilung der Gastarbeiter bezogenen Deutschlandbeiträge nach ihrer Relevanz für die Gastarbeiter im einzelnen (nach Anzahl der Beiträge und Umfang insgesamt):

	ANZAHL DER BEITRÄGE		UMFANG ALS SEITE	
	Abs.	in%	Abs.	in%
1.	113	33.5	8.15	24.8
2.	99	29.4	6.04	18.4
3.	74	21.9	8.63	26.2
4.	17	5.0	4.92	14.9 (*)
5.	17	5.0	3.07	9.3
6.	16	4.7	1.76	5.3
7.	1	0.2	0.25	0.7
GESAMT	337	100.0	32.82	100.0

1. Bezug auf die türkischen Gastarbeiter in Verbindung mit Türken und türkischen Stellen im Gastland.
2. Bezug auf die türkischen Gastarbeiter in Verbindung mit Türken und türkischen Stellen in der Türkei.
3. Bezug auf die türkischen Gastarbeiter in Verbindung mit deutscher Bevölkerung Behörden.
4. Bezug auf die türkischen Gastarbeiter allgemein.
5. Bezug auf die türkischen Gastarbeiter in Verbindung mit den gastländischen und türkischen Stellen.
6. Bezug auf die Gastarbeiter allgemein.
7. Bezug auf die türkischen Gastarbeiter in Verbindung mit Gastarbeitern anderer Nationalitäten.

(*) Wegen der Wettbewerbe ist diese Kategorie in Günaydin umfangmäßig stark vertreten.

Die Gastarbeiter bezogenen Deutschlandbeiträge basieren auf sozialen Themen (umfangmäßig aber auf den "sonstigen" Themen). In Milliyet werden Themen aus der sozialen Lebenswelt der türkischen Gastarbeiter in Interaktion mit

der gastländischen Bevölkerung umfang- und zahlenmäßig stärker behandelt als in den anderen Zeitungen.

Im einzelnen beziehen sich diese Deutschlandbeiträge umfangmäßig auf folgende besondere Inhaltskategorien:

Tabelle 25 Verteilung der Gastarbeiter bezogenen Deutschlandbeiträge nach Feinthemen (nach umfangmäßiger Rangordnung):

Hürriyet	Tercüman	Milliyet	Günaydin
1. Soz. Lebenswelt - C	Soz. Arbeitswelt	Soz. Lebenswelt - B	Aktivitäten
2. Soz.Arbeitswelt	Vermischtes	Vermischtes	Vermischtes
3. Vermischtes	Soz.Lebenswelt - C	Soz.Arbeitswelt	Soz.Lebenswelt - C
4. Soz.Lebenswelt - A	Soz.Lebenswelt - B	Politik	Politik
5. Soz.Lebenswelt - B	Religion	Soz.Lebenswelt - C	Gesundheit
6. Politik	Politik	Kunst-Kultur	Soz.Lebenswelt - A
7. Religion	Aktivitäten	Soz.Lebenswelt - A	Sport
8. Restliches	Kunst-Kultur	Wirtschaft	Soz.Arbeitswelt
9. Sport	Restliches	-	Wirtschaft
10. Kunst-Kultur	Wirtschaft	-	Soz.Lebenswelt - B

3.3.5.3.4.3.3. Berichterstattung über andere Gastländer

Zahlenmäßig 4,1 % (51 Beiträge) und umfangmäßig nur 5,8 % (6,69 Seiten) der Textbeiträge beziehen sich auf Themen aus anderen Gastländern. Diese Länder werden in Hürriyet in einem Umfang von 2,8 Seiten (8 % aller Textbeiträge in dieser Zeitung), in Milliyet 2,08 Seiten (11,2 %), in Tercüman 1,63 Seiten (5,3 %) und in Günaydin nur 0,18 Seiten (0,6 %) behandelt.

90,2 % dieser Beiträge haben wiederum einen Bezug auf die Gastarbeiter (insgesamt 46 Beiträge), und zwar 1. Bezug auf die türkischen Gastarbeiter in Verbindung mit anderen gastländischen Behörden und Bevölkerung; insgesamt 20 Beiträge (3,55 Seiten)*) und 2. Bezug auf die türkischen Gastarbeiter in Verbindung mit Türken und türkischen Behörden im Gastland (15 Beiträge - 1,89 Seiten) bzw. in der Türkei (4 Beiträge - 0,34 Seiten).

In diesen Gastarbeiter bezogenen 46 Beiträgen werden 1. soziale Themen (30), 2. "sonstige" Themen (14) und zuletzt Wirtschaft und Politik (je 1 Beitrag) behandelt.

3.3.5.3.4.3.4. Berichterstattung über die anderen Länder

Mit insgesamt 52 Beiträgen (in einem Umfang von 3,15 Seiten) werden die anderen Länder der Welt in eigenständigen Teilen der Europa Ausgaben - in allen Zeitungen an letzter Stelle - behandelt. Sie sind in Milliyet mit 23 Beiträgen (1,9 Seiten), in Hürriyet mit 20 Beiträgen (1,05 Seiten), in Günaydin mit 5 Beiträgen (0,07 Seiten) präsentiert.

Diese Beiträge beziehen sich schwerpunktmäßig auf folgende Themen: 1. Politik (17 Beiträge - 1,48 Seiten), 2. Vermischtes (18 Beiträge - 1,04 Seiten), 3. Wirtschaft (7 Beiträge - 0,19 Seiten), 4. Kunst, Kultur, Technik (3 Beiträge - 0,19 Seiten) und restliche.

*) Wegen einer Reportage über die in Frankreich beschäftigten türkischen Gastarbeiter in Milliyet ist diese Kategorie in der Untersuchungszeit stark vertreten.

3.3.5.3.4.4. Stellenwert der türkischen Gastarbeiter in der Berichterstattung allgemein

Von in dieser Untersuchung ausgewerteten 1250 Textbeiträgen (113,6 Seiten) haben 437 Beiträge (34,9 %) - in einem Umfang von 48,7 Seiten (42,9 %) - einen Bezug auf die türkischen Gastarbeiter. Anders formuliert, jeder dritte Beitrag in den eigenständigen Teilen der Europaausgaben bezieht sich auf die türkischen Gastarbeiter.

Dabei werden in diesen Beiträgen die Verbindung der türkischen Gastarbeiter mit ihren Landsleuten und einheimischen Behörden - mit Ausnahme von Milliyet (umfangmäßig) - in allen Europaausgaben viel mehr behandelt, als mit den gastländischen Behörden und der Bevölkerung.

Die Kategorien "Bezug auf die türkischen Gastarbeiter in Verbindung mit Türken und türkischen Behörden im Gastland" sowie " ... in der Türkei" bilden mit insgesamt 260 Beiträgen (59,5 % aller Gastarbeiter bezogenen Textbeiträge) in einem Umfang von 20 Seiten (41 %) den größten Teil der Gastarbeiter bezogenen Beiträge. Diese Kategorien werden in dieser Arbeit als sogenannte türkische Subkultur im Gastland bezeichnet. So bezieht sich durchschnittlich jeder fünfte Textbeitrag auf die türkischen Gastarbeiter in ihrer Subkultur (in Hürriyet jeder fünfte, in Tercüman jeder dritte, in Milliyet jeder siebte und in Günaydin jeder sechste).

Die Themen, die von den türkischen Gastarbeitern und den deutschen Behörden und der Bevölkerung handeln, werden mit Ausnahme von Milliyet und zum Teil von Tercüman in anderen Zeitungen prozentual wenig berührt.

Beachtlich ist hier, daß über die Gastarbeiter anderer Nationalitäten oder über die Beziehungen der türkischen

Gastarbeiter zu den anderen Gastarbeitergruppen nur mit einem einzigen Beitrag berichtet wird (0,25 Seiten - 0,2 %). Die Beiträge, die einen Bezug auf "Gastarbeiter allgemein" aufweisen, haben auch keine besondere Stellung in der Berichterstattung (insgesamt 17 Beiträge - 1,81 Seiten (1,6 %)).

3.3.5.3.4.5. Allgemeine Funktionen der Beiträge

Aus der Aufschlüsselung aller Textbeiträge nach ihren Funktionen ergibt sich, daß die Beiträge insbesondere 1. Informations- und 2. Unterhaltungsfunktion aufweisen. Die Meinungsbildung und die Orientierungshilfe nehmen den dritten Platz ein.

Von insgesamt 1250 Textbeiträgen fallen 669 Beiträge (53,5 %) im Umfang von 46,5 Seiten (40,9 %) auf die Funktionskategorie "Information", und zwar mit Ausnahme von Günaydin in allen Zeitungen an erster Stelle. Die Kategorie "Unterhaltung" wird mit insgesamt 332 Beiträgen (26,6 %) im Umfang von 44,3 Seiten (38,9 %) in Günaydin an erster und in den anderen Zeitungen an zweiter Stelle präsentiert. An dritter Stelle kommt die Kategorie "Meinungsbildung" mit insgesamt 131 Beiträgen (10,5 %) und 12,4 Seiten (10,9 %). Sie ist in Tercüman und Milliyet an zweiter Stelle vertreten. Da Hürriyet und Günaydin täglich ausgewählte Kommentare aus der türkischen Presse veröffentlichen, war diese Kategorie stark präsentiert. *) Ohne diese Beiträge kommt diese Kategorie auch in diesen Zeitungen dann an letzter Stelle.

Mit wenigen Unterschieden folgt die Kategorie "Orientie-

*) Es waren je 13 Kommentare in Hürriyet und Günaydin.

rungshilfe" mit insgesamt 118 Beiträgen (9,4 %) und 10,36 Seiten (9,1 %). Diese Funktion wird besonders in Milliyet prozentual intensiver behandelt, als in den anderen drei Zeitungen.

Der niedrigste Anteil von Orientierungshilfebeiträgen ist in Günaydin mit 10 Beiträgen (3,4 %) und 0,58 Seiten (1,9 %) zu registrieren. In Hürriyet sind sie mit 36 Beiträgen (9,3 %) 2,87 Seiten (8,3 %), in Tercüman mit 54 Beiträgen (14,1 %) 3,78 Seiten (12,5 %) und in Milliyet mit 18 Beiträgen (9 %) 3,13 Seiten (16,9 %) vertreten.

Die Aufschlüsselung der Textbeiträge nach Funktional-kategorien stellt sich im einzelnen folgendermaßen dar:

Tabelle 26 Aufschlüsselung der Textbeiträge nach ihren Funktionen (nach Anzahl der Beiträge und Umfang in Prozent):

	HÜRRIYET		TERCÜMAN		MILLIYET		GÜNAYDIN		GESAMT	
	Zahl	Umfang	Zahl	Umfang	Zahl	Umfang	Zahl	Umfang	Zahl	Umfang
1.	56.8	49.9	50.0	38.6	67.8	53.5	43.8	25.4	53.5	40.9
2.	12.7	14.0	13.1	11.1	6.5	6.8	6.9	9.6	10.5	10.9
3.	9.3	8.3	14.1	12.5	9.0	16.9	3.4	1.9	9.4	9.1
4.	21.2	27.6	22.5	37.8	16.6	22.7	45.9	62.9	26.6	38.9
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

1. Information
2. Meinungsbildung
3. Orientierungshilfe
4. Unterhaltung

3.3.5.3.4.6. Stellenwert der Orientierungshilfe

Die Angaben dieser Untersuchung verdeutlichen, daß die sogenannte Orientierungshilfe-Funktion nicht einen erst-rangigen Stellenwert in der Berichterstattung der Euro-

paausgabe hat, obwohl bei der Zielgruppe türkische Gastarbeiter im hohen Maße ein Bedürfnis nach solchen Rat-schlägen herrscht.

Von insgesamt 118 Orientierungshilfebeiträgen beziehen sich 103 auf die BRD und 11 auf die anderen Gastländer und 4 auf die Türkei. Das zeigt, daß die Beiträge zur Orientierungshilfe auf die BRD konzentriert sind.

Von insgesamt 408 Deutschland bezogenen Beiträgen haben 103 (25,2 %) eine Orientierungshilfe-Funktion. Durchschnittlich hat jeder vierzehnte Beitrag in den eigenständigen Teiler der Europaausgaben einen Bezug auf die Orientierungshilfe und bei den Deutschland bezogenen Beiträgen jeder vierte.

Die Deutschland bezogenen Beiträge, die eine Orientierungshilfe leisten, beziehen sich auf die sozialen Bereiche (abgesehen von den Hinweisen auf die deutschen Fernsehprogramme, die in dieser Untersuchung auch als Orientierungshilfe gewertet wurden). In Milliyet z. B. fallen die Deutschland bezogenen Orientierungshilfen mit 6 Beiträgen (33,3 %) und in einem Umfang von 0,81 Seiten (25,8 %) an erster Stelle auf die Kategorie soziale Lebenswelt - B - also die Probleme aus dem täglichen Leben der Gastarbeiter in Interaktion mit den gastländischen Behörden und der Bevölkerung -, während dies in den anderen drei Zeitungen zahlenmäßig und auch umfangmäßig gering ist.²⁹³⁾ Dagegen konzentrieren sich die Orientierungshilfen in Tercüman: 1. auf die soziale Arbeitswelt (15 Beiträge - 1,05 Seiten), 2. auf die soziale Lebenswelt - C (18 Beiträge - 0,55 Seiten), in Hürriyet ebenso 1. auf die soziale Arbeitswelt (3 Beiträge - 0,58 Seiten), 2. auf die soziale Lebenswelt - C (12 Beiträge - 0,4 Seiten).

Die Orientierungshilfebeiträge, die sich mit der schulischen und beruflichen Situation der Gastarbeiterkinder befassen, stehen in dieser Untersuchung mit insgesamt 3 Beiträgen an letzter Stelle.

3.3.5.3.4.7. Darstellungsformen

Die Aufschlüsselung der Textbeiträge nach Darstellungsformen zeigt, daß die Beiträge der untersuchten Zeitungen meist in Kurzform veröffentlicht werden. Insgesamt 627 Beiträge (33,3 Seiten) werden in Form von Kurznachrichten und Meldungen, 231 Beiträge (34,3 Seiten) in Form von Berichten und 17 Beiträge (5,25 Seiten) als Reportage dargestellt. Auffallend ist hier, daß die Romane, Comics, Karikaturen - also meist unterhaltende Beiträge - besonders in Günaydin einen großen Anteil haben, während solche Beiträge in Milliyet nicht zu registrieren sind. Das kann auf den etwas seriöseren Charakter dieser Zeitung zurückgeführt werden.

3.3.5.3.4.8. Kommentare

In dieser Untersuchung wurden in Europaausgaben insgesamt 64 Kommentare (7,02 Seiten) ausgezählt, die in Originalausgaben nicht zu finden waren. Während der Untersuchungszeit wurden in Hürriyet und Günaydin extra Kommentare aus der Redaktion und ausgewählte Kommentare aus der türkischen Presse veröffentlicht. In Tercüman und Milliyet waren auch je ein extra Kommentar. Wenn man aber die Kommentare, die sowohl in den Europaausgaben als auch in den Originalausgaben erscheinen, berücksichtigt, dann haben Tercüman und Milliyet ein noch breiteres Angebot von Kommentaren.

Die Kommentatoren von Tercüman, Hürriyet und Günaydin, die extra Kommentare verfassen, sind in der Istanbuler Redaktion tätig, der Kommentator von Milliyet jedoch in der BRD. Als Folge dessen werden in den Kommentaren selten Deutschland bezogene Themen behandelt, da diese Kommentatoren sich nur durch die Leserbriefe von türkischen Gastarbeitern über deren Probleme und die Geschehnisse in der BRD informieren.

Obwohl diese extra Kommentare für die Europaausgaben vorbereitet werden, haben sie zum größten Teil keinen Bezug auf die türkischen Arbeitnehmer im Ausland. Von insgesamt 64 Kommentaren beziehen sich nur 15 auf die türkischen Gastarbeiter und davon geht es in 8 Kommentaren um die Themen aus der türkischen Subkultur im Ausland.

Tabelle 27 Verteilung der Kommentare bezüglich ihrer Relevanz für die türkischen Gastarbeiter (nach Anzahl der Beiträge und Umfang):

HÜRRIYET			TERCÜMAN		MILLIYET		GÜNAYDIN		GESAMT	
	Zahl	Umfang	Zahl	Umfang	Zahl	Umfang	Zahl	Umfang	Zahl	Umfang
1.	26	2.67	7	1.04	2	0.25	14	1.26	49	5.22
2.	4	0.41	3	0.42	3	0.33	5	0.63	15	1.80
GE.	30	3.08	10	1.46	5	0.58	19	1.89	64	7.02

1. Kein Bezug auf die Gastarbeiter
2. Bezug auf die Gastarbeiter

In diesen extra Kommentaren werden meist heimatbezogene politische Themen behandelt.

3.3.5.3.4.9. Leserbriefe

Im Vergleich zu den Originalausgaben werden in den Europaausgaben der türkischen Zeitungen recht viele Leserbriefe veröffentlicht. Sie bestehen hauptsächlich aus zwei Gruppen:

In vielen kurzen Leserbriefen werden von der Redaktion für verschiedene Probleme und Fragen private Ratschläge erbeten, wie z. B. für die Einfuhrgenehmigungen in der Türkei oder Zahlung der Kindergeldbeiträge usw.. Mit Antworten auf solche Leserbriefe erfüllen die Redaktionen wie eine Betreuerorganisation eine Ratgeberrolle. In einer zweiten Gruppe handelt es sich um die kritischen Bemerkungen der Leser über die sozioökonomischen und politischen Geschehnisse in der Türkei und in der BRD. Dabei werden - nach unseren jahrelangen Beobachtungen - grundsätzlich Türkei bezogene Themen behandelt. Ob die Schwerpunkte der Leserbriefe wirklich auf diesen Themen liegen, oder die Redaktionen besonders solche Briefe auswählen und veröffentlichen, ist allerdings ungewiß.

Von insgesamt 94 Leserbriefen (3,28 Seiten) beziehen sich 36 (1,35 Seiten) auf das Thema "Politik", und zwar in allen Zeitungen an erster Stelle, gefolgt von sozialen Themen (34 Briefe - 1,21 Seiten) und sonstigen (22 Briefe - 0,69 Seiten). Außerdem stammen 89 Leserbriefe (94,6 %) aus der BRD, 4 (4,2 %) aus anderen Gastländern und einer aus der Türkei. Im einzelnen werden in den Leserbriefen folgende Themen behandelt:

Tabelle 28 In Leserbriefen behandelte Themen (nach Anzahl und umfangmäßige Rangreihen):

	ANZAHL		UMFANG	
	Abs.	in %	Abs.	in %
1. Politik	36	38.3	1,35	41.1
2. Soziale-Lebenswelt	20	21.2	0,64	19.5
3. Soziale-Arbeitswelt	10	10.6	0,49	14.9
4. Religion	8	8.5	0,37	11.3
5. Gesundheit	11	11.7	0,26	7.9
6. Kunst-kultur	3	3.1	0,06	1.8
7. Soziale-Lebenswelt-B	2	2.1	0,04	1.2
8. Soziale-Lebenswelt-A	2	2.1	0,04	1.2
9. Restliches	2	2.1	0,04	1.2
	94	100,0	3,28	100,0

3.3.5.4. Zusammenfassung der Ergebnisse

Die Ergebnisse dieser quantitativen Inhaltsanalyse können im wesentlichen in folgenden Punkten zusammengefaßt werden:

1. Ein erster grober Vergleich zwischen den Europa- und den Originalausgaben der untersuchten vier türkischen Zeitungen ergibt, daß sie etwa zur Hälfte identisch sind. Der restliche Teil der Europaausgaben besteht aus einem speziell für diese Ausgaben gefertigten Teil (in Hürriyet 61,9 %, in Günaydin 55,8 %, in Tercüman 49,5 % und in Milliyet 37,2 %).
Dabei ist auch festzuhalten, daß die Europaausgaben mehr Kommentare und Leserbriefe enthalten, als die Originalausgaben.
2. Die Untersuchung des Text-Anzeige-Verhältnisses zeigt, daß durchschnittlich 17,1 % der Europaausgaben (Hürriyet 23,5 %, Tercüman 16 %, Milliyet 15,2 % und Günaydin 13,8 %) aus Anzeigen bestehen. Diese Prozentsätze steigen aber auf durchschnittlich 33,3 % (Hürriyet 37,9 %, Tercüman 32,2 %, Milliyet 40,8 % und Günaydin 24,7 %), wenn man die eigenständigen Teile der Europaausgaben allein betrachtet.
3. Die Anzeigen beziehen sich zum größten Teil (74,2 % nach ihrem Umfang) auf die Bereiche 1. Dienstleistungen, 2. Unterhaltungswaren und 3. Maschinen, Werkzeuge, Fahrzeuge, Elektrogeräte. Insgesamt werden 83,9 % der Anzeigen von türkischen Firmen (hauptsächlich von türkischen Firmen in der BRD, nämlich zu 70 %) und nur 11,6 % von deutschen Firmen aufgegeben.
4. Die Istanbuler Redaktionen haben bei der Herstellung der Europaausgaben eine besondere Rolle. Die Textbei-

träge in den eigenständigen Teilen der Europaausgaben werden durchschnittlich zahlenmäßig zu 64,5 % und umfangmäßig zu 57,2 % von dieser Redaktion vorbereitet. Der Anteil der Redaktion in der Türkei ist allerdings deswegen hoch, weil sie die Fortsetzungs- und Fotoromane, Kurzgeschichten, Comics, Frau- und Modeberichte und Kommentare stellt.

5. Die thematischen Schwerpunkte der Berichterstattung in den Europaausgaben weisen folgende Rangordnung auf: 1. "Sonstiges" (u. a. verschiedene Beiträge - durchschnittlich 51,2 %), darunter an erster Stelle vermischte Themen, gefolgt von Sport, Humor - Witz, Religion, Aktivitäten, Kunst - Kultur und Technik und Restliches; 2. Soziales (durchschnittlich 25,3 %), darunter besonders behandelt sind die Themen aus der sozialen Lebenswelt der türkischen Gastarbeiter in Interaktion mit ihren Landsleuten und aus sozialer Arbeitswelt; 3. Wirtschaft und Politik (durchschnittlich 11,9 % und 11,3 %) werden in den eigenständigen Teilen der Europaausgaben in fast ähnlichem Umfang behandelt. In Milliyet kommen sie jedoch umfang- und zahlenmäßig vor allen anderen Themen.
6. Von insgesamt 1250 Textbeiträgen (113,6 Seiten) beziehen sich 731 Beiträge (62,1 Seiten) auf die Geschehnisse in der Türkei und 408 Beiträge (35,1 Seiten) auf Geschehnisse in der BRD. Die anderen Gastländer (51 Beiträge - 6,69 Seiten) und andere Länder (52 Beiträge - 3,15 Seiten) haben einen niedrigen Anteil an der Berichterstattung. Die Türkei bezogenen Beiträge werden in allen vier Zeitungen in verschiedenem Umfang, aber an erster Stelle behandelt.
7. Von den Deutschland bezogenen 408 Beiträgen haben insgesamt nur 71 Beiträge (17,4 %) in einem Umfang von

5,34 Seiten keinen Bezug auf die Gastarbeiter und werden als "reine" Deutschlandbeiträge betrachtet. Der Anteil der reinen Deutschlandbeiträge ist bei Milliyet im Vergleich zu anderen Zeitungen ziemlich hoch. Zahlenmäßig 33,3 % und umfangmäßig 36,4 % der Deutschland bezogenen Beiträge bestehen in dieser Zeitung aus reinen Deutschlandbeiträgen (in Günaydin 11,2 % - 3,8 %, in Hürriyet 14,7 % - 7,1 %, in Tercüman 15,2 % - 15,8 %). Bei diesen reinen Deutschlandbeiträgen handelt es sich insbesondere um Informationen über die deutschen Fernsehprogramme, vermischte Themen, Kunst, Kultur und Technik, Politik und Wirtschaft.

Bei den 337 Gastarbeiter bezogenen Deutschlandbeiträgen handelt es sich grundsätzlich um die Themen, die sich auf die türkischen Gastarbeiter in Verbindung mit Türken und türkischen Behörden im Gastland (113 Beiträge) und in der Türkei (99 Beiträge) beziehen. Nur in Milliyet und Tercüman stehen die Themen, die sich mit dem Verhältnis zwischen türkischen Gastarbeitern und den deutschen Behörden und der Bevölkerung beschäftigen, umfangmäßig an erster Stelle.

Die Gastarbeiter bezogenen Deutschlandbeiträge beziehen sich dann im allgemeinen 1. auf "soziale" Themen, 2. auf "sonstige" Themen und 3. auf Politik.

8. Von heimatbezogenen 731 Beiträgen haben den größten Teil, nämlich 683 Beiträge (93,4 %), keinen Bezug auf die Gastarbeiter. Diese "reinen" Türkeibeiträge beziehen sich 1. auf "sonstige" Themen (nur in Milliyet umfangmäßig an zweiter Stelle), 2. auf die Wirtschaft (in Milliyet umfangmäßig an erster Stelle), 3. auf Politik und 4. auf die "sozialen" Themen.

9. Von den 51 anderen Gastländer bezogenen Beiträgen gehen 46 Beiträge (90,2 %) über Gastarbeiter und da-

von haben insgesamt 20 Beiträge (3,5 Seiten) Bezug auf die türkischen Gastarbeiter in Verbindung mit den gastländischen Behörden und der Bevölkerung und 19 Beiträge (2,23 Seiten) über die türkischen Gastarbeiter in Verbindung mit den Türken und den türkischen Behörden im Gastland und in der Türkei. Die Gastländer bezogenen Beiträge beziehen sich auf die sozialen Bereiche und auf "sonstige" Themen.

10. Umfangmäßig nur 2,7 % (3,15 Seiten) und zahlenmäßig 4,2 % (52 Beiträge) der gesamten Textbeiträge beziehen sich auf die anderen Länder. Dabei handelt es sich um 1. Politik, 2. Vermischtes, 3. Wirtschaft, 4. Kunst, Kultur, Technik und die restlichen Themen.
11. In einem wesentlichen Teil der Berichterstattung steht der türkische Gastarbeiter in seiner Verbindung mit den Türken und den türkischen Behörden im Gastland und in der Türkei. Von 1250 Textbeiträgen haben 437 Beiträge (34,9 %) einen Bezug auf die türkischen Gastarbeiter und davon beziehen sich 260 (59,4 %) auf die sogenannte türkische Subkultur. An zweiter Stelle steht die Verbindung der türkischen Gastarbeiter mit den deutschen Behörden und der Bevölkerung (74 Beiträge), und zwar besonders in Milliyet.

Auffallend ist hier, daß die Verbindung der türkischen Gastarbeiter mit den Gastarbeitern anderer Nationalitäten in den Europaausgaben dieser Zeitungen kaum behandelt werden.

12. Die Aufschlüsselung aller Textbeiträge nach Funktional kategorien ergibt, daß es sich in der Reihenfolge um folgende Funktionen handelt: 1. Informationsfunktion (insgesamt 699 Beiträge) - in Günaydin an zweiter Stelle -, 2. Unterhaltungsfunktion (322 Beiträge) -

in Günaydin an erster Stelle -, 3. Meinungsbildung (131 Beiträge) - in Tercüman und Milliyet an letzter Stelle - und 4. Orientierungshilfe (118 Beiträge) - in Tercüman und Milliyet an dritter, in Hürriyet und Günaydin an letzter Stelle -.

Hier stellt sich heraus, daß die Orientierungshilfebeiträge keinen erst- oder zweitrangigen Stellenwert in den Europaausgaben haben. Wenn man aber ausschließlich die Deutschland bezogenen Beiträge betrachtet, hat jeder vierte Deutschland bezogene Beitrag (25,2 %) eine Orientierungshilfefunktion.

13. Auffallend ist in dieser Untersuchung auch, daß in den Europaausgaben im Vergleich zu den Originalausgaben recht viele Leserbriefe veröffentlicht werden. Von 94 Leserbriefen beziehen sich 36 auf die Politik, 20 auf die soziale Lebenswelt - C, 10 auf die soziale Arbeitswelt und 8 auf die Religion, 11 auf die gesundheitlichen Fragen und 9 auf verschiedene Themen.

3.3.5.5. Gültigkeit der Ergebnisse

Diese quantitative Inhaltsanalyse soll eine Bestandsaufnahme der eigenständigen Teile der Europaausgaben ermöglichen. Die willkürlich ausgewählten Stichproben entsprechen dem normalen Informationsangebot der Zeitungen und dürften nicht stark verzerrt sein. In den einzelnen Zeitungen können aber in der Zwischenzeit Abweichungen von diesen Ergebnissen beobachtbar sein, die auf redaktionelle Neuerungen zurückzuführen sind, obwohl sich an den grundsätzlichen Charakteristika, auf die unsere Analyse zielte, wohl kaum so schnell etwas ändern wird.

Einige der angesprochenen redaktionellen Neuerungen der letzten Jahre sind z. B., daß - wie schon erwähnt - Günaydin seit Mai 1978 der Originalausgabe sehr ähnlich ist oder daß Tercüman 1978 für kurze Zeit den Versuch machte, den eigenständigen Teil zusammen mit zusätzlichen Frau- und Modeberichten als Beilage mit dem Titel "Zweite Zeitung" herauszugeben.

Außerdem veröffentlicht Tercüman und Günaydin seit 1978 ausführliche Hinweise über die deutschen Fernsehprogramme, was im Untersuchungszeitraum auch Milliyet lieferte, dies aber zwischenzeitlich stark reduzierte. Milliyet produzierte auch 1978, für kurze Zeit allerdings nur, eine neue Serie Humor - Witz, und seit derselben Zeit eine Serie "Bildungshilfe", welche aus verschiedenen Examensfragen, Unterrichtstexten und verschiedenen Informationen für Volks- und Mittelschüler besteht.

Außerdem werden in allen vier Zeitungen zunehmend Probleme der Gastarbeiterkinder behandelt.

3.4. Schlußbemerkungen der Inhaltsanalyse

Die Ergebnisse dieser Untersuchung bestätigen, daß der Schwerpunkt der Berichterstattung in den eigenständigen Teilen der Europaausgaben auf den Geschehnissen in der Türkei liegt, obwohl die übrigen Teile der Europaausgaben schon hinreichende Informationen über die Geschehnisse in der Türkei enthalten.

Warum schwerpunktmäßig türkeibezogene Themen behandelt werden, scheint zunächst Folge der redaktionellen Richtlinien der Zeitungen zu sein, die primär darauf gerichtet sind, die Verbindung mit der Heimat aufrechtzuerhalten. Andererseits ist dies auch Folge der Berichterstattung der

Istanbuler Redaktion, die an der Herstellung der Europaausgaben einen großen Anteil hat.

Dagegen wird über Deutschlandgeschehnisse, die keinen Bezug auf Gastarbeiter haben - d. h. reine Informationsvermittlung aus Deutschland - sehr begrenzt berichtet und wenn, dann oft in Kurzform, unaktuell und von der Thematik her sozioökonomisch oder politisch nicht relevant. Auch die Themen aus der sozialen Lebenswelt der türkischen Gastarbeiter in Interaktion mit den gastländischen (bzw. deutschen) Behörden und der Bevölkerung werden wenig behandelt.

Diese Situation macht das zweite Merkmal der Europaausgaben deutlich und beweist, daß sie ihrer Aufgabe der Informationsvermittlung aus der deutschen Gesellschaft nicht nachkommen, sondern in gewissem Sinn sogar verhindern.

Die Tatsache, daß der größte Teil der Berichterstattung aus der BRD sich mit den türkischen Gastarbeitern in Verbindung mit Türken und den türkischen Behörden beschäftigt, beweist, daß die Informationsvermittlung aus der BRD sich auf Gastarbeiter bezogene Themen beschränkt. Diese, wie in der Untersuchung bezeichnet, "türkische Subkultur im Ausland" taucht in vielen Beiträgen auf. Die ständige Berichterstattung aus der türkischen Subkultur bildet eine weitere Charakteristika dieser Zeitungen. So leisten sie eine türkische Binnenkommunikation im Gastland.

Die Deutschland bezogenen Themen könnten mit der Mithilfe einer deutschen Zeitung oder Nachrichtenagentur in den Europaausgaben auf einer speziellen "Deutschland-Seite" dargestellt werden, die aus ausführlichen, aktuellen, lokalen und überregionalen Informationen und aus

Themen über verschiedene Probleme dieser Gesellschaft bestehen könnten. Eine Seite dieser Art erscheint uns sinnvoll, auch wenn sie nicht als Beitrag zur Integration gedacht ist, denn die türkischen Gastarbeiter sind Menschen aus einem unterentwickelten Land, in dem man jahrelang und generationenlang für das Erreichen und den Aufbau eines nach westlichem Modell industrialisierten Staat gestrebt hat. Mit Hilfe dieser Zeitungen könnte den türkischen Gastarbeitern, die sich inmitten der industrialisierten Gesellschaft befinden, verschiedene Informationen und Kenntnisse vermittelt werden, die zu einer Konfrontation beider Gesellschaften führten. Diese Situation bürdet den türkischen Journalisten hier daher besondere Verantwortung auf, die spezielle Bildung erfordert.

Diese Zeitungen können außerdem bei den Rückkehrhilfen für die rückkehrbereiten türkischen Gastarbeiter sinnvoll eingesetzt werden. Für diese Möglichkeit fehlen jedoch von zuständigen Stellen und auch von Redaktionen festgelegte konkrete Konzepte.

Im allgemeinen können diese Zeitungen in ihrer heutigen Struktur nicht als Mittler zwischen den türkischen Gastarbeitern und der deutschen Gesellschaft betrachtet werden.

4. SCHLUSSBEMERKUNGEN

Die bisher viel diskutierte völlige Integration der ausländischen Arbeitnehmer (bzw. türkischen Arbeitnehmer) steht im Widerspruch der offiziellen Ausländerpolitik in der BRD und der türkischen Politik in bezug auf die Arbeitskräfteauswanderung. Für die Möglichkeit, daß die türkischen Gastarbeiter in allen EG-Ländern zugelassen werden, besteht angesichts der Nichtmitgliedschaft der Türkei zur EG keine Hoffnung. Andererseits zeigen die türkischen Gastarbeiter im Vergleich zu anderen Gastarbeitern das geringste Interesse an einem dauernden Verbleib in der BRD.

Sie sind aber dazu gezwungen, während ihrer Beschäftigung im Ausland zwischen zwei ganz verschiedenen Kulturen zu leben. So müssen sie sich, ohne sich von ihrer eigenen Kultur loszulösen, in zwei Kulturen zurechtfinden. Das fördert eine partielle Integration, also eine Eingliederung in die deutsche Gesellschaft während eines befristeten Aufenthaltes.

Als Folge dieser besonderen Situation der Zielgruppe mußte die inhaltliche Struktur des Medienangebotes für die türkischen Gastarbeiter auf drei Ebenen aufgebaut und gleichmäßig behandelt werden. Nämlich: 1. Aufrechterhaltung der nationalen Identität; das geschieht durch ständige Informationsvermittlung aus der Heimat und aus der sogenannten türkischen Subkultur im Ausland, die als Ersatzheimat gilt und durch die Kulturbeiträge. 2. Orientierungshilfe; also alle möglichen Informationen und Hinweise für türkische Gastarbeiter, ihre Familien und Kinder, sowie ihre Probleme in Arbeits- und Lebensbereichen. 3. Verbindung mit dem Gastland; Informationen über nicht nur Gastarbeiter relevante, sondern auch über

alle sozioökonomischen, politischen, kulturellen Geschehnisse im Gastland. Dabei geht es sowohl um die sekundäre Kontaktvermittlung aus dem Gastland als auch um die Informationen, die die türkischen Gastarbeiter zu einer Konfrontation beider Gesellschaften führen und die neue Erfahrungen bringen.

Nach Ergebnissen der in dieser Arbeit durchgeführten Untersuchungen steht aber fest, daß die "Aufrechterhaltung nationaler Identität" das Hauptmerkmal des speziellen Medienangebotes für die türkischen Gastarbeiter ist. Weiter werden Orientierungshilfen geleistet, aber die Informationsvermittlung aus dem Gastland ziemlich vernachlässigt.

Am stärksten heimatorientiert ist die spezielle Sendung der türkischen Rundfunkanstalt TRT "Die Stimme der Türkei". Da die zuständige Redaktion für diese Sendungen keine eigenen Redakteure in der BRD hat, werden die Ereignisse in der BRD nicht ausreichend verfolgt. Das Fehlen der Deutschland bezogenen Beiträge ist auch auf die Richtlinien der Sendungen zurückzuführen, die an erster Stelle die Aufrechterhaltung der Bindung der türkischen Rezipienten im Ausland an ihre Heimat setzen.

Im türkischen Teil des ARD-Gemeinschaftsprogrammes wird wiederum an erster Stelle die nationale Identität der türkischen Zuhörer - besonders durch die türkischen Kulturprogramme und die Informationen aus der Heimat - aufrechterhalten und in gewisser Weise Orientierungshilfe geleistet.

In den, in der BRD gedruckten türkischen Zeitungen, dominieren auch die Informationen aus der Heimat und aus türkischer Subkultur im Ausland. Informationsvermittlung aus der BRD beschränkt sich auf die türkischen Gastarbei-

ter bezogenen Themen.

Die deutschen Massenmedien waren und bleiben für die türkischen Gastarbeiter vor allem wegen der Sprachbarriere unzugänglich. Auch wenn die Beherrschung der deutschen Sprache besteht, fehlen in den deutschen Medien Orientierungshilfen und Informationen aus der Heimat. So sind die türkischen Gastarbeiter an das muttersprachige Medienangebot angewiesen. Solange der Schwerpunkt dem Inhalt nach des speziellen Medienangebotes in der Muttersprache grundsätzlich auf die Aufrechterhaltung der nationalen Identität aufgebaut ist, besteht für die türkischen Gastarbeiter eine weitere Ghettosituation, die im massenkommunikativen Bereich zu suchen ist.

Im allgemeinen können diese Medien in ihrer heutigen Struktur dem türkischen Gastarbeiter eine indirekte Teilnahme am sozialen und politischen Geschehen und an den Sensationen der Öffentlichkeit im Gastland nicht ermöglichen und nicht als Mittler zwischen den türkischen Gastarbeitern und der deutschen Gesellschaft betrachtet werden. So wird die Kommunikation zwischen den türkischen Gastarbeitern und der deutschen Gesellschaft mit Hilfe dieser Medien fast nicht gefördert. Dazu sollten mit der Beteiligung der für die Gastarbeiterfragen zuständigen türkischen und deutschen Stellen und den türkischen Gastarbeitern neue Konzepte entwickelt werden, die den türkischen Redakteuren in der BRD eine neue Verantwortung bringen. Dabei muß, als eine weitere Aufgabe, die Informationsvermittlung über die Gastarbeiter der verschiedenen Nationalitäten untereinander auch intensiviert werden.

LISTE DER ANMERKUNGEN

- 1) Auslandskurier: Deutsche Zeitschrift für wirtschaftliche und kulturelle Zusammenarbeit in Europa und Übersee, 5/1970, S. 16.
- 2) Erich, A. SCHILL: Das Recht der ausländischen Arbeitnehmer in Deutschland, Baden-Baden, 1965, S. 36.
- 3) Amtliche Nachrichten der Bundesanstalt für Arbeit (A.N.B.A.): Arbeitsstatistik, 26.Jahrgang Sondernummer, Nürnberg 1978, S. 14.
- 4) KÜHL, JÜRGENS: Die Bedeutung der ausländischen Arbeitnehmer für die BRD, in: Gastarbeiter, Horst/Helga REIMANN (Hrsg.), München, 1976, S. 25.
- 5) HÖPFNER, Klaus: Auswirkungen der Ausländerbeschäftigung auf die deutsche Wirtschaft, in: Ausländerbeschäftigung und internationale Politik, Reinhard LOHRMANN/Klaus MANFRASS (Hrsg.), München 1974, S. 73.
- 6) FEUSER, Gunter: Ausländische Arbeitnehmer im Betrieb, München, 1961, S. 163.
- 7) BALKE, Siegfried: Die Ausländerbeschäftigung aus der Sicht der Wirtschaft, in: Magnet Bundesrepublik, Bundesvereinigung der deutschen Arbeitgeberverbände (Hrsg.), Köln, 1966, S. 178.
- 8) ROTHAMMER, Peter: Integration ausländischer Arbeitnehmer und ihrer Familien im Städtevergleich, Deutsches Institut für Urbanistik (Hrsg.), Berlin, 1974, S. 177. Vom Projektbericht des Instituts für Kommunikationsplanung, Bonn, 1973.
- 9) ESSINGER, Helmut: Ausländische Arbeitnehmer in unserer Gesellschaft, München 1974, S. 29 ff.

- 10) BALKE, Siegfried: a.a.O., S. 170.
- 11) NEULOH, Otto/ENDRUWEIT, G./Leo KRAMER, H.: Integration oder Rückkehr, das ist die Frage. Türkische "Gastarbeiter" zwischen gestern und morgen, Bonn, 1974, S. 217.
- 12) MARQUIS, Jose, M.: Die Rückkehr in die Heimat; politische und gesellschaftliche Auswirkungen, in: Gastarbeiteranalysen und Berichte, Ernst KLEE (Hrsg.), Frankfurt, 1972, S. 140.
- 13) ROTHAMMER, Peter: a.a.O., S. 238.
- 14) GEISELBERGER, Siegmars: Schwarzbuch, Ausländische Arbeitnehmer, Frankfurt, 1972, S. 37.
- 15) GEISELBERGER, Siegmars: a.a.O., S. 193 ff.
- 16) BINGEMER/MEISTERMANN-SEEGER, E./NEUBERT, E.: Leben als Gastarbeiter, Köln /Opladen 1970, S. 19 ff.
- 17) BARTELT, M.: Distanz-Integration-Partnerschaft, in: Gastarbeiter-Mitbürger, R. LENDESDORF/H. ZILLESSEN (Hrsg.), Berlin, 1971, S. 142 ff.
- 18) Arbeitskreis für Ökonomische und soziale Studien
Wien: Gastarbeiter, Wirtschaftsfaktor und soziale Herausforderung, Wien 1973, S. 93 ff.
- 19) Arbeitskreis für Ökonomische und soziale Studien
Wien: a.a.O. S.,100.
- 20) BORRIS, Maria: Ausländische Arbeiter in einer Großstadt, Frankfurt, 1973, S. 228 ff.
- 21) NIKOLINAKOS, Marios: "Den letzten beißen die Hunde", in: Neues Forum, Heft Nummer 257/258, Wien, 1975, S. 30.

- 22) Arbeitskreis für ökonomische und soziale Studien
Wien: a.a.O., S. 101.
- 23) Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung:
Vorschläge der Bund-Länder-Kommission zur Fortentwicklung einer umfassenden Konzeption der Ausländerbeschäftigung, Manuskript, Bonn, 1977, S. 5 ff.
- 24) A.N.B.A.: a.a.O., S. 14 und 60.
- 25) Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung:
Vorschläge der Bund-Länder-Kommission, a.a.O., S. 3 ff.
- 26) Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung:
Vorschläge der Bund-Länder-Kommission, a.a.O., S. 30.
- 27) ABADAN, Nermin: Bati Almanya'daki Türk İşçileri ve Sorunlari (Türkische Arbeitnehmer in der BRD und ihre Probleme), Ankara, 1964, S. 35 ff.
- 28) A.N.B.A.: a.a.O., S. 14.
- 29) Türk-İş: İşgücü ve Sosyal Analizmalar, (Arbeitsvermittlung und soziale Sicherheitsabkommen), Türk-İş Yayınları, Nummer 76, Ankara, 1973, S. 20.
- 30) HARBACH, Heinz: Internationale Schichtung und Arbeitsmigration, München, 1976, S. 202.
- 31) STEPHAN, Günter: Einstellung und Politik der Gewerkschaften, in: Strukturfragen der Ausländerbeschäftigung, Bochumer Schriften zur Arbeitswissenschaft 2, Bonn, 1969, S. 37.
- 32) Türkiye Ticaret Sanayi Odalari Birliği: İktisadi Rapor, (Wirtschaftsbericht der türkischen Handelskammer) Ankara, 1977, S. 72.

- 33) ZADIL, Ekmel: a.a.O., S. 222.
- 34) GÖKMEN, Oguz: Federal Almanya ve Türk İşçileri (Türkische Arbeitnehmer und die BRD), Ankara, 1972, S. 319 ff.
- 35) Frankfurter allgemeine Zeitung: vom 12. Oktober 1976, S.4.
- 36) NEULOH, Otto: a.a.O., S. 149 ff.
- 37) NEULOH, Otto: a.a.O., S. 156.
- 38) ÖZKAN, Yilmaz: Auswirkungen der Arbeitskräftewanderung auf den politischen Sozialisations- und Bewußtwerdungsprozeß der türkischen Gastarbeiter, Dissertation, Berlin 1975, S. 128 ff.
(Die Angaben dieser Arbeit wurden mit den Ergebnissen der teilnehmenden Beobachtungen von Gastarbeiterfamilien über einen Zeitraum von drei Jahren und mit den 30 Befragungen in West-Berlin aufgestellt.)
- 39) Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung: Ausländische Arbeitnehmer, Erfahrungsbericht 1970 und 1971, Nürnberg, 1971, S. 158.
- 40) Türkiye Ticaret Sanayi Odalari Birliği: a.a.O., S. 71.
- 41) Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit: Entwicklungspolitische Forderung der Rückgliederung türkischer Arbeiter in die Volkswirtschaft ihrer Heimat, Wirtschaft und Infrastruktur GmbH, WIP (Hrsg.), München, 1971, S. 17 ff.
- 42) Devlet Planlama Teşkilati: Üçüncü Beşyillik Kalkınma Planı ve Yeni Stratejisi, (Dritter Fünfjahres-Entwicklungsplan und die neuen Strategien), 1973 - 77, Ankara, S. 190.

- 43) ÖZKAN, Yilmaz: a.a.O., S. 107.
- 44) Çalışma Bakanlığı Yurddışı İşçi Sorunları Bölümü
Baskanlığı: Yurddışındaki İşçilerimizin Sorunları,
(Die Probleme der türkischen Arbeiter im Ausland,
vom türkischen Arbeitsministerium) Ankara, 1972,
S. 2 ff.
- 45) Türkiye Ticaret Sanayi Odaları Birliği: a.a.O.,
S. 71.
- 46) ABADAN, Nermin: a.a.O., S. 229.
- 47) Tercüman: Türkische Tageszeitung in der BRD, vom
5. 2. 1977, S. 7/8, vom 17. 2. 1977, S. 1.
- 48) FIDEF: Zeitung der Fidef, Federation der türki-
schen Arbeitnehmer in der BRD e. V., (Hrsg.) vom
1. 2. 1977, S. 6.
- 49) NEULOH, Otto: a.a.O., S. 109.
(In dieser Untersuchung wurde Anfang der 70er Jah-
re mit den in der BRD beschäftigten türkischen Ar-
beitnehmern 939 Befragungen durchgeführt (davon 163
in der BRD und 774 in der Türkei, mit den Zurückge-
kehrten bzw. sich auf Heimaturlaub befindenden Ar-
beitern), die sich inhaltlich mit weitgefächerten
Themen beschäftigten.)
- 50) RONNENBERGER, Franz: Türkische Kinder in Deutsch-
land, Nürnberg 196, S. 62, zitiert vom Aker, A.:
İşçi Göçü, Nisan 1970 ile Nisan 1971 arasında
Almanya'sa gönderilen Türk işçileri üzerine sosyoe-
konomik bir örnekleme araştırması, İstanbul, 1972,
S. 94.

- 51) Arbeitsring Ausland für kulturelle Aufgaben e.V.: Einstellung türkischer Arbeitnehmer zur Bundesrepublik Deutschland, Köln, 1975, Tabelle 1.
(Diese Untersuchung wurde im Januar 1975 im Auftrag des Auswärtigen Amtes des Bundesministeriums für Arbeit und Sozialordnung und des Arbeitsringes Ausland für kulturelle Aufgaben e. V. mit 1400 türkischen Arbeitnehmern, die anlässlich ihres Weihnachtsurlaubes bzw. für kürzere oder längere Zeit in die Türkei zurückgekehrt waren, in den 10 türkischen Provinzen durchgeführt, die die höchsten Vermittlungsquoten für Auslandsarbeit aufwiesen. Neben den Gastarbeitern wurden auch 300 Familienangehörige, die noch nicht in der BRD gewesen waren gefragt. Es wurde nach dem Deutschlandbild der türkischen Arbeitnehmer gefragt und nach ihren Absichten hinsichtlich ihrer eigenen Zukunft und der Zukunft ihrer Kinder.)
- 52) MEHRLÄNDER, Ursula: Soziale Aspekte der Ausländerbeschäftigung, Bonn, 1974, S. 28.
(Diese Untersuchung wurde im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit und Sozialordnung im Zeitraum von Mai bis September in Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg durchgeführt. Der Stichprobenumfang umfaßte an die 2200 Personen. Die Grundgesamtheit bestand aus ausländischen Arbeitnehmern (Italienern, Griechen, Spaniern, Türken, Jugoslawen), die am 30. September 1970 in den oben genannten Bundesländern tätig waren (rd. 875.000). Insgesamt wurden 1678 ausländische Arbeitnehmer (darunter 242 türkische) im Hinblick auf verschiedene Themen interviewt.)
- 53) BINGEMER, K./MEISTERMANN-SEEGER, E./NEUBERT, E.: a.a.O., S. 118.
(Diese Untersuchung wurde im Juli 1966 im Auftrag

des Sozialamtes der Stadt Köln und der Deutschen Gesellschaft für Sozialanalytische Forschung, Köln, durchgeführt. Die Befragung wurde einem repräsentativen Sample der Kölner Bevölkerung vorgelegt. Es handelte sich hier um verschiedene Probleme, Kriminalität und Vorurteile.)

- 54) Statistisches Bundesamt: Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland, Berlin, 1978, S. 66 (Stand: 30. 9. 1977).
- 55) A.N.B.A.: a.a.O., S. 60.
- 56) Bundesanstalt für Arbeit: Beschäftigung ausländischer Arbeitnehmer - Repräsentativuntersuchung 72, Nürnberg, 1973, S. 16 ff.
(In dieser repräsentativen Untersuchung der Bundesanstalt für Arbeit wurden im Rahmen einer Stichprobe ca. 14.000 ausländische Arbeitnehmer (1789 Italiener, 2401 Griechen, 1659 Spanier, 1716 Portugiesen, 3185 Türken (2387 Männer, 789 Frauen) und 2276 Jugoslawen) oder 0,7 % der Ende März 1972 beschäftigten ausländischen Arbeitnehmer in der Zeit von Ende März bis Mitte Mai 1972 interviewt. Das Hauptaugenmerk richtete sich dabei u. a. auf die Familien- und Wohnverhältnisse, die Schul- und Berufsausbildung, Beschäftigung und die Einkommenssituation.)
- 57) Statistisches Bundesamt: a.a.O., S. 66, eigene Berechnung.
- 58) ABADAN, Nermin: a.a.O., S. 66.
(Diese Untersuchung wurde im November 1963 im Auftrag des staatlichen Amtes für Planung der Türkei im ganzen Bundesgebiet durchgeführt. Nach statisti-

schen Angaben der Bundesanstalt für Arbeit vom 30. 6. 1963 wurden in 55 Städten 494 türkische Arbeitnehmer (427 Männer, 67 Frauen) interviewt (1,8 % der im Juni 1963 beschäftigten türkischen Arbeitnehmer in der BRD). 416 Befragungen wurden in Nordrhein-Westfalen, Hessen, Baden-Württemberg, Bayern, 42 Befragungen in Bremen, Hamburg, Berlin und 36 Befragungen in Helmstedt, Ludwigshafen und Hannover durchgeführt. Bei der Untersuchung wurden mehrere Themen behandelt.)

- 59) Bundesanstalt für Arbeit: a.a.O., S. 19 ff.
- 60) MEHRLÄNDER, Ursula, a.a.O., S. 214.
- 61) ABADAN, Nermin: a.a.O., S. 103.
- 62) Bundesanstalt für Arbeit: a.a.O., S. 104 ff.
- 63) MEHRLÄNDER, Ursula: a.a.O., S. 183.
- 64) Arbeitsring Ausland: a.a.O., Tabelle: 16.
- 65) Marplan-Forschungsgesellschaft für Markt und Verbrauch: Gastarbeiter, Offenbach, 1972, S. 14.
(In dieser Studie wurden in den Monaten Februar und März 1972 insgesamt 1901 ausländische Arbeitnehmer (394 Italiener, 381 Griechen, 380 Jugoslawen, 377 Türken, 369 Spanier) befragt. Die Auswahl erfolgte nach der Quoten-Methode. Je Nationalität wurden die Befragungen auf 55 sample points - nach dem Stand 31. 1. 1971 - verteilt. Je Nationalität waren 400 Befragungen vorgesehen. Die Untersuchung war als Mehrthemenbefragung angelegt, an der sich verschiedene Auftraggeber beteiligten.)
- 66) Bundesanstalt für Arbeit: a.a.O., S. 68.

- 67) Bundesanstalt für Arbeit: a.a.O., S. 68.
- 67) Arbeitsring Ausland: a.a.O., Tabelle: 65.
- 68) Bundesanstalt für Arbeit: a.a.O., S. 94 ff.
- 69) MEHRLÄNDER, Ursula: a.a.O., S. 134.
- 70) MARPLAN: a.a.O., S. 21.
- 71) MEHRLÄNDER, Ursula: a.a.O., S. 235.
- 72) BINGEMER, K./MEISTERMANN-SEEGER, E., NEUBERT, E.:
a.a.O., S. 103 ff.
- 73) MEHRLÄNDER, Ursula: a.a.O., S. 29 ff.
- 74) MARPLAN: a.a.O., S. 16.
- 75) Bundesanstalt für Arbeit: a.a.O., S. 27 ff.
- 76) Arbeitsring Ausland: a.a.O., Tabelle: 71.
- 77) MEHRLÄNDER, Ursula: a.a.O., S. 101 ff. (58 % ein
wenig, 26 % recht gute, 5 % gute, 2 % sehr gute,
9 % keine)
- 78) MARPLAN: a.a.O., S. 17 (Nur 22 % der türkischen
Arbeitnehmer verfügen über die Deutschkenntnisse
gut oder perfekt.)
- 79) Bundesanstalt für Arbeit: a.a.O., S. 29 ff. (7 %
sehr gut, 34 % einigermaßen, 43 % schlecht, 16 %
gar nicht).
- 80) NEULOH, Otto: a.a.O., S. 100 ff.
- 81) MARPLAN: a.a.O., S. 30.
- 82) MARPLAN: a.a.O., Tabelle 28.
- 83) MEHRLÄNDER, Ursula: a.a.O., S. 148 - 150.
- 84) ABADAN, Nermin: a.a.O., S. 159.
- 85) MEHRLÄNDER, Ursula: a.a.O., S. 108.

- 86) NEULOH, Otto: a.a.O., S. 125.
- 87) ÜZKAN, Yilmaz: a.a.O., S. 142.
- 88) ABADAN, Nermin: a.a.O., S. 167.
- 89) GÖKMEN, Oguz: a.a.O., S. 324 ff.
- 90) NEULOH, Otto: a.a.O., S. 150 ff.
- 91) MARPLAN: a.a.O., Tabelle: 25.
- 92) ABADAN, Nermin: a.a.O., S. 211.
- 93) ABADAN, Nermin: a.a.O., S. 206 ff.
- 94) BINGEMER, K./MEISTERMANN-SEEGER, E./NEUBERT, E.:
a.a.O., S. 128.
- 95) NEULOH, Otto: a.a.O., S. 136.
- 96) NEULOH, Otto: a.a.O., S. 140.
- 97) Statistisches Bundesamt: a.a.O., S. 66 eigene Berechnung.
- 98) Bundesanstalt für Arbeit: a.a.O., S. 37.
- 99) Arbeitsring Ausland: a.a.O., S. 14.
- 100) ABADAN, Nermin: a.a.O., S. 223.
- 101) MEHRLÄNDER, Ursula: a.a.O., S. 237.
- 102) SCHAHBAZIAN, K./WILKE, H.: Bewußtseinsselemente türkischer Arbeiter in der BRD, in: Das Argument,
9 - 10/ 1971, S. 763.
- 103) Statistisches Bundesamt: a.a.O., S. 66.
- 104) MEHRLÄNDER, Ursula: a.a.O., S. 210. (Gemeint sind die Kinder im Alter von 6 bis 15 Jahren.)
- 105) Arbeitsring Ausland: a.a.O., Tabelle 59.
- 106) ROTTER, Erich: Freunde, nicht Fremde. Die Gastarbeitersendungen der Landesrundfunkanstalten, in:
ARD-Jahrbuch, 1969, S. 96.

- 107) HARBACH, Heinz: a.a.O., S. 140.
- 108) KADLUBOWSKI, Konrad: Publizistische Lebenshilfe für ausländische Arbeitnehmer, in: Bundesarbeitsblatt 7/8 - 1971, Bonn, 1971, S. 479.
- 109) BUBENIK, MECHTILT-GRÜNEISL: Nichtstimmberechtigt, Vorschläge zur Medienarbeit mit und von Gastarbeiter zu Gastarbeiter, in: Medium, 5. Jahrgang, Dezember 1975, S. 13 - 15.
- 110) Deutsche UNESCO-Kommission: Ausländische Arbeitnehmer und Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland, Köln, 1977, S. 61.
- 111) DELGADO, Manuel, J.: Gastarbeiter in der Presse, Opladen, 1972.
- 112) DELGADO, Manuel, J.: a.a.O., S. 20 ff.
- 113) DELGADO, Manuel, J.: a.a.O., S. 28 ff.
- 114) DELGADO, Manuel, J.: a.a.O., S. 28 ff.
- 115) DELGADO, Manuel, J.: a.a.O., S. 107.
- 116) DELGADO, Manuel, J.: a.a.O., S. 127.
- 117) ROTHAMMER, Peter: a.a.O., S. 261. Es handelte sich um die Lokalteile der "Nürnberger Nachrichten", "Nürnberger Zeitung" und "Abendzeitung".
- 118) ROTHAMMER, Peter: a.a.O., S. 265.
- 119) Deutsche UNESCO-Kommission: a.a.O., S. 54.
- 120) KADLUBOWSKI, Konrad: a.a.O., S. 479 ff.
- 121) Deutsche UNESCO-Kommission: a.a.O., S. 25.
- 122) TRT-Dış Yayınlar Servisi: TRT-Yurddışı Yayınları Amaç ve Hedefleri (Zielsetzungen der Auslandsendungen der TRT), Manuskript, Ankara, 1972, S. 9 ff.

- 123) Arbeitskreis für Ökonomische und soziale Studien
Wien: a.a.O., S. 109. Diese Integrationsstufen
wurden im Kapitel 1. auf den Seiten 13 - 15 dar-
gestellt.
- 124) Arbeitskreis für Ökonomische und soziale Studien
Wien: a.a.O., S. 110.
- 125) Arbeitskreis für Ökonomische und soziale Studien
Wien: a.a.O., S. 111.
- 126) Österreichische Forschungsförderung für Entwick-
lungshilfe: Die fremde Elite, Massenkommunikation
und Stereotype ausländischer Studenten, Wien, 1969,
S. 186 ff.
- 127) JOACHIM, Hans/NOWOTNY, HOFFMANN: Soziologie des
Fremdarbeiterproblems, Stuttgart, 1973, S. 186.
- 128) JOACHIM, Hans/NOWOTNY, HOFFMANN: a.a.O., S. 193.
- 129) Deutsche UNESCO-Kommission: a.a.O., S. 57 ff.
- 130) Bayerischer Rundfunk: Programmheft, Oktober/Dezem-
ber 1977, S. 71.
- 131) ÖZKAN, Yilmaz: a.a.O., S. 188 ff.
- 132) AZİZ, Aysel: Radyo ve Televizyona giriş, A.Ü.
Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları No: 393,
Ankara, 1976. S. 90 ff.
- 133) GÖKTÜRK, Ekrem: Die Anwendungsmöglichkeiten der
Massenkommunikationsmittel in den Entwicklungslän-
dern zur gesellschaftlichen Entwicklung (Am Bei-
spiel der Türkei), Dissertation, Berlin, 1977,
S. 174 ff.
- 134) TOKGÖZ, Oya: Türkiye ve Ortadoğu ülkelerinde Radyo
Televizyon sistemleri, Ankara, 1972, S. 115.
- 135) GÖKTÜRK, Ekrem: a.a.O., S. 155.

- 136) TOPUZ, Hifzi: Yüz Soruda Türk Basın Tarihi, Istanbul, 1973 S. 233 ff. (Dabei wurde die gerechte Verteilung der offiziellen Anzeigen in den Zeitungen unter der Aufsicht einer neu gegründeten Institution "Basın İlan Kurumu" gewährleistet.)
- 137) ÜNSAL, Artun/CEVIK, İlnur: Almanac a Turkish Daily News Publication, Ankara, 1977, S. 127.
- 138) Basın-Yayın Genel Müdürlüğü: Facts About Turkey, State Information Organisation, Ankara, 1972, S. 111. (Akşam 45.000, Dünya 18.000, Zafer 13.000).
- 139) Basın Yayın Genel Müdürlüğü: Türkiye'de Süreli Yayınlar, Matbaalar, Ankara, 1973. Nach offiziellen Statistiken sind insgesamt 113 Titel im ganzen Land zu nennen.
- 140) Genaue Angaben über die Auflagenzahl dieser türkischen Presseerzeugnisse bekommen zu können, war ziemlich schwer. Die Redaktionen gaben entweder keine Angaben über ihre Auflagenzahl oder die von ihnen angegebenen Zahlen waren nicht der Realität entsprechend. Die Kontrolle dieser angegebenen Zahlen war auch unmöglich. Es wäre aber anzunehmen, daß die Auflagenzahl der in diesem Abschnitt angegebenen Presseerzeugnisse zwischen 3000 und 7000 liegt.
- 141) W.E. SAARBACH GmbH: Saarbach Preisliste Nummer 39, April 1978, S. 53.
- 142) ABADAN, UNAT, Nermin: Standortbestimmungen der Massenmedien in der Türkei, in: Publizistik, 19, 1974, S. 62.

- 143) ABADAN, UNAT, Nermin: a.a.O., 19, 1974, S. 62.
- 144) TURHAN, Gürkan: Yeni Mevsime girerken Türk sinemasinin durumu, in: Cumhuriyet vom 25. Oktober 1975. (Bis vor kurzem produzierte man in der Türkei jährlich ca. 300 Filme. Abadan, Unat, Nermin: a.a.O., S. 70.)
- 145) GÜNTER, von Winfried: Kino für Gastarbeiter, in: Medium, 12, 1975, 5. Jahrgang, S. 16.
- 146) Anfang der 70er Jahre soll dieselbe Firma jährlich 150 Filme importiert haben. Über die Zahl der vorgeführten Filme, über das Zuschauerinteresse, über die Dimensionen des türkischen Filmverleihmarktes liegen keine genaueren Angaben vor. Während meines Informationsgespräches beim Direktor der Firma Sanver-Film in München konnte ich keine genaueren Informationen bekommen, weil der Firmendirektor Angaben verweigerte.
- 147) Nach Angaben über die Mediennutzung der türkischen Arbeitnehmer aus den Tabellen 5 und 6 in dieser Arbeit, S. 83,84.
- 148) Marplan: a.a.O., Tabelle 37.
- 149) Infratest: Die Bedeutung der Hörfunksendungen "Türkler için Yayın" für die türkischen Arbeitnehmer in Nordrhein-Westfalen, München, 1969, unveröffentlichtes Manuskript, S. 22.
- 150) Nach Angaben über die Mediennutzung der türkischen Arbeitnehmer, aus den Tabellen 5 und 6 in dieser Arbeit, S. 83,84.
- 151) Infratest: a.a.O., Tabelle 54.
- 152) Deutsche UNESCO-Kommission: a.a.O., S. 23 ff.

- 153) Aus dem Schreiben der verantwortlichen deutschen und türkischen Redakteure vom SFB (vom 16. 8. 1978).
- 154) Deutsche UNESCO-Kommission: a.a.O., S. 38.
- 155) Deutsche UNESCO-Kommission: a.a.O., S. 40 ff.
- 156) Deutsche UNESCO-Kommission: a.a.O., S. 39.
- 157) Beratungsgruppe Uenk: Ausländische Arbeitnehmer in der Bundesrepublik Deutschland Medienangebot - Mediennutzung, nicht veröffentlichtes Manuskript der Beratungsgruppe Uenk, Media Marketing Marktforschung, München, 1973, S. 94. (Eine Kurzfassung dieser Arbeit wurde veröffentlicht in: Kommunikationspolitische und kommunikationswissenschaftliche Forschungsprojekte der Bundesregierung (1971 - 1974), Presse und Informationsamt der Bundesregierung (Hrsg.), Bonn, 1974.)
- 158) Beratungsgruppe Uenk.: a.a.O, München, 1973, S. 94.
- 159) Aus dem Schreiben vom Senator für Arbeit und Soziales in West-Berlin (vom 19. 9. 1978).
- 160) Abgeordnetenhaus von Berlin: Mitteilungen des Präsidenten Nr. 61, über den Bericht über eine Befragung türkischer, jugoslawischer und griechischer Arbeitnehmer in Berlin (West), Drucksache 6/1052 vom 12. 10. 1973, S. 52 Tabelle 72.
- 161) Aus dem Schreiben der Abteilung Ausländische Arbeitnehmer bei IG-Metall (vom 20. 9. 1978). Die Gesamtauflage dieser Zeitung umfaßt 473.500 Exemplare.
- 162) Aus dem Schreiben der Abteilung Ausländische Arbeitnehmer beim DGB (vom 20. 9. 1978).

- 163) Aus dem Schreiben der Abteilung Ausländische Arbeitnehmer beim DGB (vom 20. 9. 1978).
- 164) Beratungsgruppe Uenk: a.a.O., S. 100. (Nach Angaben des Chefredakteurs des "Hamburger Abendblattes" dauerte dieser Versuch nur ca. ein Jahr.)
- 165) Beratungsgruppe Uenk: a.a.O., S. 101.
- 166) Aus dem Schreiben der Redaktion (vom 29. 6. 1977).
- 167) ABADAN, Nermin: Bati Almanya'daki Türk İşçileri ve Sorunlari (Türkische Arbeitnehmer in der BRD und ihre Probleme), Ankara, 1964, S. 182. Bei dieser Befragung ist es aber nicht genau festzustellen, wieviel Prozent von dieser Gruppe die Sendungen von Radio-Budapest hören.
- 168) Infratest: a.a.O., Tabelle 45.
- 169) Der Arbeitgeber: "Rote Wühlarbeit unter den ausländischen Arbeitnehmern", in: Zeitschrift der Bundesvereinigung der deutschen Arbeitgeberverbände, Heft 21, 1963, S. 587.
- 170) KARDAMAKIS, K. Matthäus: Zur sozialen Kommunikation der ausländischen Arbeitnehmer in Deutschland, untersucht am Beispiel der griechischen Gastarbeiter, Dissertation, München, 1971, S. 92, zitiert aus Süddeutsche Zeitung vom 13. 6. 1966.
- 171) Deutsche UNESCO-Kommission: a.a.O., S. 33.
- 172) ATILIM: Das Informationsblatt der türkischen kommunistischen Partei, Nummer 7 vom 1. 7. 1978, S. 3.
- 173) SCHÖCK, Helmut: Soziologisches Wörterbuch, Bael, Wien, 1974, S. 25.

- 174) HANHART, Dieter: Arbeiter in der Freizeit, Stuttgart und Berlin, 1964, S. 33.
- 175) HANHART, Dieter: a.a.O., S. 33 ff.
- 176) KÜNG, Emil: Arbeit und Freizeit, Tübingen, 1971, S. 187 ff.
- 177) LÜDTKE, Hartmut: Freizeit in der Industriegesellschaft, Opladen, 1972, S. 47 ff.
- 178) HANHART, Dieter: a.a.O., S. 51.
- 179) LÜDTKE, Hartmut: a.a.O., S. 67 ff.
- 180) BINGEMER, K./MEISTERMANN-SEEGER, E./NEUBERT, E.: a.a.O., S. 115 ff.
- 181) MEHRLÄNDER, Ursula: a.a.O., S. 219.
- 182) MEHRLÄNDER, Ursula: a.a.O., S. 219.
- 183) MEHRLÄNDER, Ursula: a.a.O., S. 220.
- 184) BORRIS, Maria: a.a.O., S. 207.
- 185) BINGEMER, K./MEISTERMANN-SEEGER, E./NEUBERT, E.: a.a.O., S. 115 ff.
- 186) ABADAN, Nermin: a.a.O., S. 170 ff. Entnommen aus der Tabelle 173.
- 187) NEULOH, Otto: a.a.O., S. 128.
- 188) Arbeitsring Ausland: a.a.O., Tabelle 35.
- 189) Abgeordnetenhaus von Berlin: a.a.O., S. 53.
- 190) BINGEMER, K./MEISTERMANN-SEEGER, E./NEUBERT, E.: a.a.O., S. 115 ff.
- 191) ABADAN, Nermin: a.a.O., S. 177.
- 192) Marplan: a.a.O., Nach Angaben der Tabellen 31, 34, 37.
- 193) Arbeitsring Ausland: a.a.O., Tabelle 35. (Der Anteil ist 10,5 % bei den türkischen Arbeitnehmern mit

einem Aufenthalt in der BRD von weniger als zwei Jahren und dagegen 12,8 % bei denen, die seit fünf oder mehr als fünf Jahren in der BRD sind.)

- 194) MALEZKE, Gerhard: Psychologie der Massenkommunikation, Hamburg, 1963, S. 85 ff.
- 195) ABADAN, Nermin: a.a.O., S. 178, Entnommen aus der Tabelle 184.
- 196) ABADAN, Nermin: a.a.O., S. 184.
- 197) ABADAN, Nermin: a.a.O., S. 187.
- 198) ABADAN, Nermin: a.a.O., S. 188 ff.
- 199) Infratest: a.a.O., S. 20 und die Tabelle 21.
- 200) MEHRLÄNDER, Ursula: a.a.O., S. 223.
- 201) MEHRLÄNDER, Ursula: a.a.O., S. 224 ff.
- 202) MEHRLÄNDER, Ursula: a.a.O., S. 222.
- 203) Marplan: a.a.O., Zusammengestellt aus dem Tabellenanhang 31, 34, 35, 37, 38.
- 204) Abgeordnetenhaus von Berlin: a.a.O., S. 50.
- 205) Abgeordnetenhaus von Berlin: a.a.O., Zusammengestellt aus den Tabellen 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, S. 48 ff.
- 206) TRT-Yurddışı Yayınlar Dairesi: TRT-Yurddışı Yayınları amaç ve hedefleri (TRT-Auslandsendungen und Grundsätze), unveröffentlichtes Manuskript, Ankara, 1972, S. 2 ff.
- 207) TRT-Yurddışı Yayınlar Dairesi: a.a.O., Ankara, 1972, S. 2 ff.
- 208) TRT-Yurddışı Yayınlar Dairesi: a.a.O., S. 5 ff.
Nach Angaben der Redaktion soll seit dem 8. Mai 1978 ein neuer Sender mit 250 kW Leistung in Betrieb sein.

- 209) TRT Yurddişi Yayınlar Dairesi: a.a.O., S. 9 ff.
- 210) TRT Yurddişi Yayınlar Dairesi: a.a.O., S. 9 ff.
- 211) TRT-Yayınları: Türkiye'nin Sesi Radyosu yurddişi türkçe Yayınları Programbülteni (Programmhefte für Auslandsendungen des TRT) vom vierten Jahresquartal 1978, S. 6 ff.
- 212) TRT-Yurddişi Yayınlar Dairesi: a.a.O., S. 12.
- 213) Die Angaben wurden aus den Programmheften für das vierte Jahresquartal 1976 und 1978 zusammengestellt, TRT-Yayınları, a.a.O., S. 30 ff.
- 214) ABADAN, Nermin: a.a.O., Ankara, 1964, S. 182.
- 215) Infratest: a.a.O., 1969, Tabelle 45.
- 216) Infratest: a.a.O., S. 26.
- 217) TRT-Yurddişi Yayınlar Dairesi: Türkçe Yayınlar gelen mektupların değerlendirilmesi (Auswertung der Hörerpost), Planlama Değerlendirme Müdürlüğü, Ankara, Diese Tabelle wurde nach Angaben der Abteilung für Auslandsendungen des TRT aus unveröffentlichten Manuskripten aus den Jahren 1972/1973, 1976 und 1978 zusammengestellt.
- 218) TRT-Yurddişi Yayınlar Dairesi: Türkçe Yayınlar gelen Mektupların değerlendirilmesi Raporu, Planlama değerlendirme Müdürlüğü, Ankara, 1978, unveröffentlichtes Manuskript, S. 7. (Die Auswertung der Hörerpost von Januar, Februar, März 1978.)
- 219) Im März 1973 schlug z. B. ein Hörer vor, daß alle türkischen Arbeitnehmer im Ausland ihre Ersparnisse nicht in ausländische, sondern in türkische Banken

einzahlen sollten, um mit ihren Devisen der Türkei helfen zu können. (Aus der Auswertung der Hörerpost vom März 1973, S. 52.)

Im Mai 1976 schlug ein anderer Hörer vor, daß man für die Entwicklung des Landes viele Arbeitsplätze schaffen und die Genossenschaften entwickeln sollte. (Aus der Auswertung der Hörerpost vom Mai 1976, S. 14.)

- 220) Im April 1973 kritisierten z. B. mehrere Zuhörer diejenigen ihrer Landsleute, die türkische Sendungen aus Ostblockländern hörten. (Aus der Auswertung der Hörerpost vom April 1973, S. 46.)

Im Mai 1976 kritisierte ein anderer Hörer in seinem Brief das Verfahren der türkischen Stellen bei der Verteilung der Führerscheine und schlug die deutschen Fahrschulen als Musterbeispiel vor. (Aus der Auswertung vom Mai 1976, S. 17.)

Im April 1973 wurde in sieben Hörerbriefen das Auftreten der türkischen Arbeitnehmerinnen im Ausland kritisiert. (Aus der Auswertung vom April 1973, S. 10.)

- 221) Im Mai 1976 bat sogar ein Hörer die Redaktion um ein Rezept für seine Magenschmerzen! (Aus der Auswertung der Hörerpost vom Mai 1976, S. 17.)

- 222) TRT-Yurtişi Yayınlar Dairesi: Türkçe Yayınlara gelen Mektupların degerlendirilmesi (Auswertung der Hörerpost), Planlama Degerlendirme Müdürlüğü, Ankara, Diese Tabelle wurde aus den Angaben der Abteilung für Auslandssendungen der TRT zusammengestellt, die in unveröffentlichten Manuskripten der jeweiligen Monate (Juni 1976 - Jan., Febr. - März 1978) dargestellt wurden. Bei der Auswertung der Briefinhalte benutzte man eine Vielzahl von

Kategorien, die meiner Ansicht nach etwas durcheinander waren. Erst in den neuesten Auswertungstabellen der TRT wurden die Inhalte der Briefe 13 verschiedenen Kategorien zugeordnet. In meiner Tabelle habe ich versucht, ähnliche Kategorien zu verwenden.

- 223) ROTTER, Erich: Die Bedeutung der Rundfunkprogramme der ARD für die ausländischen Arbeitnehmer, Referat beim Kontaktgespräch Hörfunk/Fernsehen beim Bundesarbeitsministerium 3. 10. 1972, unveröffentlichtes Manuskript des WDR S. 2.
- 224) ARD-Jahrbuch: 1975, S. 51.
- 225) ROTTER, Erich: Freunde, nicht Fremde, in: ARD-Jahrbuch 1969, S. 100.
- 226) Deutsche UNESCO-Kommission: Ausländische Arbeitnehmer und Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland, Köln, 1977 S. 21 ff.
- 227) Deutsche UNESCO-Kommission: a.a.O., Köln 1977, S. 21 ff.
- 228) Zusammengestellt nach Angaben der deutschen UNESCO-Kommission, a.a.O., S. 23 und des BR: Informationen zum "Gastarbeiter"-Programm, unveröffentlichtes Manuskript.
- 229) BAUSCH, Hans: Information und Unterhaltung für Gastarbeiter, in: Auslandskurier, Deutsche Zeitschrift für wirtschaftliche und kulturelle Zusammenarbeit in Europa und Übersee, 11. Jahrgang, Heft 5, Oktober 1970, S. 27.
- 230) Deutsche UNESCO-Kommission: a.a.O., S. 31.

- 231) Deutsche UNESCO-Kommission: a.a.O., S. 25.
- 232) Während meines Informationsgespräches mit den verantwortlichen Redakteuren für die türkische Sendung beim WDR wurde geäußert, daß die deutschen Redakteure bei der Vorbereitung der Programme die ausländischen Redakteure nicht beschränken sondern unterstützen.
- 233) ROTTER, Erich: Die Bedeutung der Rundfunkprogramme der ARD für die ausländischen Arbeitnehmer, a.a.O., S. 5.
- 234) Deutsche UNESCO-Kommission: a.a.O., S. 25.
- 235) Seit 1973 bin ich ein "gelegentlicher" Hörer dieser Sendung.
- 236) Während meines Informationsgespräches im Mai 1978 wurde mir gesagt, daß die Sommermonate meist als "Tote Saison" ablaufen. In einem unveröffentlichten Manuskript vom BR "Thematische Aufgliederung des Ausländerprogrammes (Hörfunk) am Beispiel der Spanischen Sendungen, 1976" weist man auch darauf hin, daß in den Haupturlaubsmonaten Juli - August wegen Werksferien und Heimaturlaub ein Informationsausfall auftritt und sich das Verhältnis von Wort zu Musik der 50 : 50 Marge annähert.
- 237) Deutsche UNESCO-Kommission: a.a.O., S. 27.
- 238) Bayerischer Rundfunk: Informationen zum "Gastarbeiter"-Programm, unveröffentlichtes Manuskript, Dezember, 1975, S. 3.
- 239) Analog dazu bin ich bei der Analyse der spanischen Sendungen des ARD-Gemeinschaftsprogramms - nach Materialien des BR - zu demselben Ergebnis gekommen:

Thematische Aufgliederung der Spanischen Sendungen. (BR)
vom 4. Quartal 1975. Okt./Nov./Dez. 1975 = insgesamt
3720 Minuten.

	Min.		in %
Informationen für und über das Leben in der BRD	406		10,9
Brücke zur Heimat	462		12,4
Informationen aus der Heimat und "Heimatkunde"			
Informationen allgemein	1136		30,5
Sport	262		6,7
Geistliches Wort	60		1,6
Wunschkonzert/Musik, Gruß Musik	432 972	1104	11,6 26,1
	3720		100,0

Quelle: Bayerischer Rundfunk: Thematische Aufgliederung
des Ausländerprogrammes (Hörfunk) am Beispiel der spa-
nischen Sendungen (4. Quartal 1975), unveröffentlich-
tes Manuskript, Februar 1976.

- 240) Infratest: a.a.O., S. 28 ff.
- 241) MEHRLÄNDER, Ursula: Soziale Aspekte der Ausländerbe-
schäftigung, Bonn, 1974, S. 223 ff.
- 242) NEULOH, Otto/ENDRUWEIT, G./Leo, KRAMER, H.: Integra-
tion oder Rückkehr, das ist die Frage. Türkische
"Gastarbeiter" zwischen gestern und morgen, als For-
schungsgutachten des Bundesministers für Arbeit und
Sozialordnung, Bonn, 1974, S. 131 ff. Tabelle 19.
- 243) NEULOH, Otto, u. a.: a.a.O., S. 132.
- 244) Westdeutscher Rundfunk: Nutzung von Sendungen für aus-
ländische Arbeitnehmer, WDR/Medienreferat, eine Zusam-
menfassung der Ergebnisse von Marplan-Studien aus den
Jahren 1975, 1977, unveröffentlichtes Manuskript, S. 2.

- 245) Diese Tabelle wurde nach Angaben der Marplan-Studien aus den Jahren 1973, 1975, 1977 zusammengestellt, die in den unveröffentlichten Manuskripten des WDR-Medienreferats stehen. (Quelle: Marplan: Gastarbeiter in Deutschland, Hörfunk und Fernsehnutzung, Offenbach, 1977.)
- 246) NAX, Winfried/B. BRÜNING: Integration durch Information, in: Medium, Zeitschrift für Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild, Ton, 5. Jahrg., Dez. 1975, S. 7.
- 247) Während meines Informationsgespräches erklärte mir der verantwortliche deutsche Redakteur beim BR, daß man z. B. bis zum Tod Frankos bzw. bis zu Demokratisierungsmaßnahmen in Spanien, mit den spanischen Botschaften oft Probleme erlebt habe. Der verantwortliche deutsche Redakteur für die türkischen Sendungen beim WDR äußerte, daß es während des Ausnahmezustandes in der Türkei 1971/73 wegen der Berichterstattung über Heimatgeschehnisse Schwierigkeiten mit der türkischen Botschaft gegeben habe.
- 248) Deutsche UNESCO-Kommission: a.a.O., S. 32.
- 249) Tercüman: Türkische Tageszeitung in der BRD, am 13. 2. 1975; "Die türkischen Sendungen vom Kölner und Frankfurter Rundfunk bekommen harte Proteste", vom 6. 5. 1975 bis 8. 5. 1975; "Wem dienen die türkischen Sendungen von Köln eigentlich", am 2. 12. 1976; "Die türkische Redaktion vom WDR berichtet falsch".
- 250) Deutsche UNESCO-Kommission: a.a.O., S. 32.
- 251) Am 8. 2. 1974 wurde z. B. im griechischen Programm ein Wochenkommentar mit dem Titel "Gastarbeiter; die Heloten des 20. Jahrhunderts" veröffentlicht. Der

griechische Verfasser kritisierte die Ausländerbeschäftigung in der BRD ziemlich scharf. In der folgenden Woche wurde ein Gegenkommentar vom verantwortlichen deutschen Redakteur veröffentlicht und wurde der griechische Kommentar vorsichtig kritisiert.

- 252) Aus dem Schreiben von Dr. Peter Coulmas (vom 28. 8. 1978), den verantwortlichen Leiter der Sendungen für ausländische Arbeitnehmer im WDR.
- 253) BAUSCH, Hans: a.a.O., S. 27.
- 254) Deutsche UNESCO-Kommission: a.a.O., S. 31.
- 255) ROTTER, Erich: Die Bedeutung der Rundfunkprogramme der ARD für die ausländischen Arbeitnehmer: a.a.O., S. 12.
- 256) Bundesarbeitsblatt: a.a.O., S. 484 und in: GEISELBERGER, Siegm. Schwarzbuch Ausländischer Arbeiter, Frankfurt, 1972, S. 158.
- 257) Tercüman: Türkische Tageszeitung in der BRD, vom 17. Februar 1978, S. 1.
- 258) Tercüman: a.a.O., S. 8.
- 259) GEISELBERGER, Siegm.: a.a.O., S. 157
- 260) Beratungsgruppe Uenk: a.a.O., S. 81.
- 261) Nach Informationen vom verantwortlichen Redakteur stellten die finanziellen Unzulänglichkeiten und der Mangel an geeigneten türkischen Journalisten in der BRD besondere Schwierigkeiten für diese Zeitung dar.
- 262) Wegen flugtechnischer und vertriebsmäßiger Bedingungen erscheinen Originalausgaben mit eintägiger Verspätung in der BRD. Es besteht jedoch die Möglich-

keit, diese Zeitungen in manchen Ortschaften in der BRD am selben Tag zu bekommen, z. B. abends in der Frankfurter Umgebung oder um 22.30 Uhr vor einigen Fabriken in München.

- 263) Verkaufspreis in anderen europäischen Ländern: In Österreich 6 Schilling, in Dänemark 2,75-, in Norwegen 3,25-, in Schweden 3 Kronen, in Frankreich 2-, in Holland 1-, Belgien 15 Franc, in England 0.2 Pfund.
- 264) Beratungsgruppe Uenk: a.a.O., S. A.14, A.15, A.16.
- 265) Eine genaue Anzahl der verkauften Exemplare ist nicht zu erfahren, da sie sowohl von den Verlegern als auch von der deutschen Verteilerfirma geheimgehalten wird.
- 266) Dabei hat ein Redakteur von Tercüman auf eine allgemeine "psychologische Unterstützung" der türkischen Gastarbeiter hingewiesen, die zur Bewahrung der religiösen und kulturellen Eigenschaften dienen sollte.
- 267) Der verantwortliche Redakteur von Dünya wies darauf hin, daß die Interesslosigkeit an Deutschlandgeschehnissen in Leserbriefen zu erkennen war.
- 268) Diese Preisausschreiben mit verschiedenen Gewinnen sind Charakteristika der großen türkischen Zeitungen, die sei seit Mitte der 60er Jahre wegen verschiedener Überlegungen, wie z. B. Erweiterung der Leserschaft, Konkurrenz mit anderen Zeitungen, ständig durchgeführt haben.
- 269) ABADAN, Nermin: a.a.O., S. 189; Tabelle 195.
- 270) Infratest: a.a.O., S. 21.
- 271) MARPLAN: a.a.O., Tabelle 31.

- 272) Infratest: a.a.O., S. 23. (Während nur 19 % der türkischen Arbeitnehmer, die in dieser Untersuchung als "am wenigsten angepaßte" geordnet wurden, täglich eine türkische Zeitung lasen, war diese Angabe bei den "am stärksten angepaßten" türkischen Arbeitnehmern mit 27 % ziemlich hoch.
- 273) KOSZYK, Kurt/PRUYS, Karl H.: Wörterbuch zur Publizistik, München-Pullach und Berlin, 1970, S. 41.
- 274) KRIZ, Jürgen/Lisch, Ralf: Grundlagen und Modelle der Inhaltsanalyse, Hamburg, 1978, S. 18.
- 275) DRÖGE, Franz W./LERG, Winfried B.: Kritik der Kommunikationswissenschaft, in: Publizistik, 10 - 1965, S. 261.
- 276) SILBERMANN, Alfons: Systematische Inhaltsanalyse, in: Handbuch der empirischen Sozialforschung, Band 4, KÖNIG/RENE (Hrsg.), Stuttgart, 1974, S. 254.
- 277) SCHULZ, Winfried: Inhaltsanalyse in: Publizistik, NOELLE-NEUMANN, Elisabeth und SCHULZ, Winfried (Hrsg.), Frankfurt, 1971, S. 52.
- 278) ATTESLANDER, Peter: Methoden der empirischen Sozialforschung, Berlin, New York, 1975, S. 78, zitiert von BERELSON, Bernard "Content Analysis in Communication Research, Glencoe/Ill. 1952, S. 489.
- 279) SILBERMANN, Alfons: a.a.O., S. 255 ff., siehe dazu ATTESLANDER, Peter: a.a.O., S. 78 ff.
- 280) MAYNTZ, Renate/HOLM, Kurt/HÜBNER, Peter: Einführung in die Methoden der empirischen Soziologie, Opladen, 1972, S. 161.
- 281) Die Inhaltsanalyse wird im allgemeinen in vier Formen verwendet: a) Häufigkeitsanalyse, b) Symbolana-

lyse: sie dient der semantischen Untersuchung von Textinhalten und ist auf die Erfassung der Beziehungen zwischen Zeichen im Text und seiner Bedeutung gerichtet. c) Kontingenzanalyse: sie beruht darauf "... daß durch die Feststellung des gemeinsamen Vorkommens von inhaltlichen Kategorien eine Messung der Assoziationsstruktur der Verfasser von Texten vorgenommen werden kann" (SILBERMANN, Alfons: a.a.O., S. 312) und d) Bewertungsanalyse: hier handelt es sich um eine "... Einstellung von Texten in semantische Einheiten und einer Verschlüsselung der Bestandteile dieser Einheiten". (SILBERMANN, Alfons: a.a.O., S. 313), siehe dazu: SILBERMANN, Alfons: a.a.O., S. 312 ff., KRIZ, Jürgen/LISCH, Ralf: a.a.O., S. 124 ff., SCHRADER, Achim: Einführung in die empirische Sozialforschung, Stuttgart, 1971, S. 81 ff., SCHULZ, Winfried: a.a.O., S. 55 ff.

- 282) KRIZ, Jürgen/LISCH, Ralf: a.a.O., S. 124.
- 283) SILBERMANN, Alfons: a.a.O., S. 314 ff., vergleiche dazu: MAYNTZ, Renate/HOLM, Kurt/HÜBNER, Peter: a.a.O., S. 154 ff., KRIZ, Jürgen/LISCH, Ralf: a.a.O., S. 52 ff., ATTESLANDER, Peter: a.a.O., S. 80 ff.
- 284) MAYNTZ, Renate/HOLM, Kurt/HÜBNER, Peter: a.a.O., S. 156.
- 285) Originalausgabe wird einen Tag vorher in der Türkei veröffentlicht. Deshalb verschieben sich die genannten Daten um einen Tag.
- 286) HÜTNER, Jürgen/SCHOLAND, Hildegard/SCHWARTE, Norbert: Inhalt und Struktur regionaler Großzeitungen, Düsseldorf, 1973, S. 20, zitiert von BERELSON-BERNARD: Content Analysis in Communication Research, Glencoe Ill., 1952, S. 147.

- 287) Vergleiche dazu HOLZER, Horst: Illustrierte und Gesellschaft zum politischen Gehalt von "Quick", "Revue" und "Stern", Freiburg 1967, S. 44 ff. und KRISTEN, Christian: Nachrichtenangebot und Nachrichtenverwendung, Düsseldorf 1972, S. 46.
- 288) KOSYZK, Kurt/PRUYS, Karl H.: a.a.O., S. 168.
- 289) Vergleiche dazu DOVIFAT, Emil: Zeitungslehre II, Berlin, New York, 1976, S. 182 ff.
- 290) Diese Kategorien werden unter Berücksichtigung aller Produkte zusammengefaßt. Vergleiche dazu: SETZEN, Karl, M.: Die gesellschaftliche Funktion der Massenmedien, Heidenheim 1974, S. 106 ff. und AUFERMANN, Jörg/WERSIG, Gernot: Analyse des Anzeigenteils ausgewählter Zeitungen und Zeitschriften, in: Publizistik 10, 1965, S. 78 ff.
- 291) Diese Zeitung hat einen eigenen Buchverlag, der ein breites Angebot von Büchern aufstellt.
- 292) Ohne die Berücksichtigung von 127 Heiratsannoncen (Umfang 1,9 Seiten).
- 293) Die Orientierungshilfe im Bereich der Interaktion mit der gastländischen Bevölkerung und den Behörden kann zwar als Integrationshilfe angesehen werden, hier handelt es sich aber nach unseren Beobachtungen meist um die Probleme, die die türkischen Gastarbeiter mit den deutschen Behörden haben.

LITERATURVERZEICHNIS

1. Abadan, Nermin: Bati Almanya'daki türk işçileri ve sorunlari, Ankara, 1964.
2. Abadan, Nermin: Standortbestimmungen der Massenmedien in der Türkei, in: Publizistik, 19/1974.
3. Abgeordnetenhaus von Berlin: Mitteilungen des Präsidenten Nr. 61, über den Bericht über eine Befragung türkischer, jugoslawischer und griechischer Arbeitnehmer in Berlin (West), Drucksache 6/1052 vom 12. 10. 1973. (Information und Freizeitgestaltung S. 48 - 57).
4. Anagnostidis, Homer: Die "Gastarbeiter" und die Massenmedien, in: Zeitschrift für Kulturaustausch, Institut für Auslandsbeziehungen (Hrsg.), 24. Jahrgang, 3/1974.
5. Arbeitskreis für ökonomische und soziale Studien Wien: Gastarbeiter, Wirtschaftsfaktor und soziale Herausforderung, Wien, 1973.
6. Arbeitsring Ausland für kulturelle Aufgaben e.V.: Einstellungen türkischer Arbeitnehmer zur Bundesrepublik Deutschland, Köln, 1975.
7. Atteslander, Peter: Methoden der empirischen Sozialforschung, Berlin, New York, 1975.

8. Aziz, Aysel: Radyo ve Televizyona giriş,
A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi
Yayınları, Nr. 393, Ankara,
1976.

9. Bausch, Hans: Information und Unterhaltung
für Gastarbeiter, in: Ausland-
kurrier, Deutsche Zeitschrift
für wirtschaftliche und kulturel-
le Zusammenarbeit in Europa und
Übersee, 11. Jahrgang, Heft 5,
Oktober 1970.

10. Beratungsgruppe
Uenk: Ausländische Arbeitnehmer in der
Bundesrepublik Deutschland -
Medienangebot/Mediennutzung,
nicht veröffentlichtes Manuskript,
Beratungsgruppe Uenk Media Marke-
ting Marktforschung (Hrsg.), Mün-
chen, 1973. (Eine Kurzfassung in:
Kommunikationspolitische und kom-
munikationswissenschaftliche
Forschungsprojekte der Bundesre-
gierung (1971 - 1974), Presse und
Informationsamt der Bundesregie-
rung (Hrsg.), Bonn, 1974.

11. Bingemer, K., Leben als Gastarbeiter,
Meistermann-Seeger, Köln, 1970.
E.,
Neubert, E.:

12. Borris, Maria: Ausländische Arbeitnehmer in
einer Großstadt, Frankfurt, 1973.

13. Bubenik, Mechttilt-Grüneisl: Nicht stimmberechtigt, Vorschläge zur Medienarbeit mit und von Gastarbeitern für Gastarbeiter, in: Medium, Zeitschrift für Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild, Ton, 5. Jahrgang, 12/1975.
14. Brüning, Jens B., Nax, Wilfried: Integration durch Information, Zur Situation der ausländischen Arbeitnehmer und der Angebote der Massenmedien, in: Medium, Zeitschrift für Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild, Ton, 5. Jahrgang, 12/1975.
15. Bundesanstalt für Arbeit: Beschäftigung ausländischer Arbeitnehmer Repräsentativuntersuchung 72, Nürnberg, 1973.
16. Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung: Vorschläge der Bund-Länder-Kommission zur Fortentwicklung der Ausländerbeschäftigung, unveröffentlichtes Manuskript, Bonn, 1977.
17. Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit: Bericht über entwicklungspolitische Forderung der Rückgliederung türkischer Arbeitnehmer in die Volkswirtschaft ihrer Heimat, Wirtschaft und Infrastruktur GmbH. WIP (Hrsg.), München, 1971.
18. Bundesvereinigung der deutschen Arbeitgeberverbände: Magnet Bundesrepublik, Köln, 1966.

19. Delgado, Manuel, J.: Gastarbeiter in der Presse, Opladen, 1972.
20. Deutsche Unesco-Kommission: Arbeitnehmer im Ausland, Köln, 1974.
21. Deutsche Unesco-Kommission: Ausländische Arbeitnehmer und Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland, Köln, 1977.
22. Dovifat, Emil: Zeitungslehre II, Berlin, New York, 1976.
23. Erich, A. Schill: Das Recht der ausländischen Arbeitnehmer in Deutschland, Baden Baden, 1974.
24. Essinger, Helmut: Ausländische Arbeitnehmer in unserer Gesellschaft, München, 1974.
25. Ebers, Michael/ Erdogmus, Tayfun: Die Ausländer schauen in die Röhre, Zu den "Gastarbeiter"-Sendungen des Fernsehens, in: Medium, Zeitschrift für Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild, Ton, 5. Jahrgang, 12/1975.
26. Feuser, Günter: Ausländische Arbeitnehmer im Betrieb, München, 1971.
27. Geiselberger, Siegmar: Schwarzbuch Ausländische Arbeiter, Frankfurt, 1972.
28. Gökmen, Oguz: Federal Almanya ve Türk işçileri, Ankara, 1972.

29. Göktürk, Ekrem: Die Anwendungsmöglichkeiten der Massenkommunikationsmittel in den Entwicklungsländern zur gesellschaftlichen Entwicklung (Am Beispiel der Türkei), Dissertation, Berlin, 1977.
30. Günter, Winfried: Kino für ausländische Arbeiter, in: Medium, Zeitschrift für Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild, Ton, 5. Jahrgang, 12/1975.
31. Hanhard, Dieter: Arbeiter in der Freizeit, Stuttgart, Berlin, 1964.
32. Harbach, Heinz: Internationale Schichtung und Arbeitsemigration, München, 1972.
33. Holzer, Horst: Illustrierte und Gesellschaft zum politischen Gehalt von "Quick", "Revue" und "Stern", Freiburg, 1967.
34. Hütner, Jürgen/
Scholand, Hilde-
gard/
Schwarte, Nürbert: Inhalt und Struktur regionaler Großzeitungen, Düsseldorf, 1973.
35. Infratest: Die Bedeutung der Hörfunksendungen "Türkler için Yayın" für die türkischen Arbeitnehmer in Nordrhein-Westfalen, München, 1969, unveröffentlichtes Manuskript.

36. Joachim, Hans/ Soziologie des Fremdarbeiter-
Nowotny, Hoffmann: problems, Stuttgart, 1973.

37. Kadbulowski, Konrad: Publizistische Lebenshilfe für
 ausländische Arbeitnehmer, in:
 Bundesarbeitsblatt, Bundesmini-
 sterium für Arbeit und Sozial-
 ordnung (Hrsg.), Bonn 7/8 -
 1971.

38. Kardamakis, K., Zur sozialen Kommunikation der
Matthäus: ausländischen Arbeitnehmer in
 Deutschland, untersucht am Bei-
 spiel der griechischen Gastar-
 beiter, Dissertation, München,
 1971.

39. Kewenhörster, Paul: Ausländische Arbeitnehmer im po-
 litischen System der Bundesre-
 publik, Opladen, 1974.

40. Klee, Ernst: Gastarbeiter, Analysen und Be-
 richte, Frankfurt, 1972.

41. Kunkel, Klaus: Die Deutschen halten uns für
 blöd, (Kinder-Kontakte-Kommu-
 nikation, S. 33 - 37), Köln,
 1975.

42. Kusch, Franz: Mediennutzung durch ausländische
 Arbeitnehmer, in: Arbeitnehmer
 im Ausland, Deutsche Unesco-Kom-
 mission (Hrsg.), Köln, 1974.

43. Küng, Emil: Arbeit und Freizeit. Tübingen,
 1971.

44. Lohrmann, Reinhard/ Ausländerbeschäftigung und in-
Manfraß, Klaus: ternationale Politik, München,
1974.
45. Lütke-Hartmut: Freizeit in der Industriegesell-
schaft, Opladen, 1972.
46. Marplan: Gastarbeiter in Deutschland
1972, Repräsentativuntersuchung
des Marplaninstituts, Forschungs-
gesellschaft für Markt und Ver-
brauch GmbH. (Hrsg.), Offenbach,
1972.
47. Mayntz, Renate/ Einführung in die Methoden der
Holm, Kurt/ empirischen Soziologie, Opladen,
Hübner, Peter: 1972.
48. Mehrländer, Ursula: Soziale Aspekte der Ausländerbe-
schäftigung, (Freizeitverhalten
und Informationsgewohnheiten der
ausländischen Arbeitnehmer, S.
217 - 240), Bonn, 1974.
49. Neuloh, Otto/ Integration oder Rückkehr, das
Endruweit, G./ ist die Frage. Türkische "Gast-
Kramer, Leo H.: arbeiter" zwischen gestern und
morgen, als Forschungsgutachten
des Bundesministers für Arbeit
und Sozialordnung (Hrsg.),
Bonn, 1974.
50. Nikolinakos, Marios: Politische Ökonomie der Gastar-
beiterfrage, Hamburg, 1973.
51. Nikolinakos, Marios: Den letzten beißen die Hunde, in:
Neues Forum, Nr. 257/258, Wien,
1975.

52. Österreichische Die fremde Elite, Massenkommunikation und Stereotype ausländischer Studenten, Wien, 1969.
Forschungsstiftung
für Entwicklungs- hilfe:
53. Özkan, Yilmaz: Auswirkungen der Arbeitskräftewanderung auf den politischen Sozialisations- und Bewußtwerdungsprozeß der türkischen Gastarbeiter, Dissertation, Berlin, 1975.
54. Reimann, Hort: Ausländische Arbeitnehmer und Massenmedien, in: Gastarbeiter, Reimann, Helga/Reimann, Horst (Hrsg.), München, 1976.
55. Ronnenberger, Franz: Türkische Kinder in Deutschland, Nürnberg, 1976.
56. Rothammer, Peter: Probleme ausländischer Arbeitnehmer im Spiegel der Berichterstattung der Nürnberger Lokalpresse, in: Integration ausländischer Arbeitnehmer und ihrer Familien im Städtevergleich, Deutsches Institut für Urbanistik, Berlin, 1974.
57. Rotter, Erich: Freunde, nicht Fremde. Die Gastarbeitersendungen der Landesrundfunkanstalten, in: ARD-Jahrbuch, 1969.
58. Savvidis, Georgios: Zum Problem der Gastarbeiterkin-
der in der Bundesrepublik Deutsch-
land, Wien, München, 1975.

59. Schachbazian, K./ Wilke, H.: Bewußtseins-elemente türkischer Arbeitnehmer in der BRD, in: Das Argument, 9 - 10/1971.
60. Schulz, Winfried: Inhaltsanalyse, in: Publizistik, Noelle Neumann und Schulz, Winfried (Hrsg.), Frankfurt, 1971.
61. Schulz, Winfried: Der Inhalt der Zeitungen, Düsseldorf, 1970.
62. Setzen, Karl M.: Die gesellschaftlichen Funktionen der Massenmedien, Heidenheim, 1974.
63. Stephan, Günter: Einstellung und Politik der Gewerkschaften, in: Bochumer Schriften zur Arbeitswissenschaft 2, Bonn, 1969.
64. Topuz, Hifzi: Yüz soruda Türk basın tarihi, Istanbul, 1973.
65. Tokgöz-Oya: Türkiye ve Ortadoğu ülkelerinde Radyo ve Televizyon Sistemleri, Ankara, 1972.
66. Turhan, Gürkan: Yeni mevsime girerken türk sinemasının durumu, in: Cumhuriyet, vom 25. 10. 1975.
67. Yilmaz, Bahri: Die volkswirtschaftlichen Auswirkungen der Auswanderung türkischer Arbeitnehmer auf die wirtschaftliche Entwicklung in der Türkei, Dissertation, Bonn, 1973.

INFORMATIONSHEFTE

1. Amtliche Nachrichten der Bundesanstalt für Arbeit: Arbeitsstatistik, 26. Jahrgang Sondernummer, Nürnberg, 1978.
2. Basın Yayın Genel Müdürlüğü: Facts About Turkey, State Information Organisation, Ankara, 1972
3. Basın Yayın Genel Müdürlüğü: Türkiye'de süreli Yayınlar, Matbaalar, Ankara, 1973.
4. Bayerischer Rundfunk: Programmheft Oktober/Dezember 1977.
5. Bayerischer Rundfunk: Information zum "Gastarbeiter"-Programm, unveröffentlichtes Manuskript, Dez. 1975.
6. Çalışma Bakanlığı Yurddışı İşçi Sorunları Bölümü Başkanlığı: Yurtdışındaki işçilerimizin sorunları, Ankara, 1972.
7. Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung: Ausländische Arbeitnehmer, Erfahrungsbericht, Nürnberg, 1971.
8. TRT (Türkische Rundfunkanstalt) - Yurddışı Yayınlar Servisi: Yurddışı Yayınları ve Hedefleri; unveröffentlichtes Manuskript, Ankara, 1972.
9. TRT - Yurddışı Yayınlar Servisi: Türkçe Yayınlara gelen mektupların değerlendirilmesi; unveröffentlichtes Manuskript, aus den Jahren 1972/73/76/78.

10. Türk-İş: İşgücü ve Sosyal Analismlar,
Türk-İş Yayinlari, Nr. 76,
Ankara, 1973.
11. Türkiye Ticaret
Sinayi Odalari
Birliđi: İktisadi Rapor, Ankara, 1977.
12. Westdeutscher Rund-
funk: Nutzung von Sendungen für aus-
ländische Arbeitnehmer. Eine
Zusammenfassung der Ergebnis-
se von Marplanstudien, WDR-
Medienreferat; unveröffentlich-
tes Manuskript.
13. Ünsal, Artun/
Çevik, İlnur: Almanac a Turkish Daily News
Publication, Ankara, 1977.

TABELLENVERZEICHNIS

Tab. Nr.		Seite
1	In der BRD beschäftigte ausländische Arbeitnehmer	5
2	Funktionsbereiche des Medienangebotes für die ausländischen Arbeitnehmer in der BRD	49
3	Die wesentlichen Tageszeitungen nach Verkaufsauflagen in der Türkei	54
4	Mediennutzung der türkischen Arbeitnehmer nach Angaben der Abadan-Studie	81
5	Mediennutzung der türkischen Arbeitnehmer im Vergleich zu anderen ausländischen Arbeitnehmern nach Angaben der Marplan-Studie	83
6	Wie informieren sich die ausländischen Arbeitnehmer in West-Berlin	84
7	Inhalt der Sendungen "Stimme der Türkei" nach Programmsparten	93
8	Die Verteilung der Hörerpost für die Sendungen "Stimme der Türkei" nach dem Herkunftsland	98
9	Die Verteilung der Hörerpost für die Sendungen "Stimme der Türkei" nach ihren Inhalten	101
10	Tägliches ARD-Gemeinschaftsprogramm für die ausländischen Arbeitnehmer in der BRD	104
11	Organisationsschema der Redaktionen des ARD-Gemeinschaftsprogrammes	105

Tab. Nr.		Seite
12	Inhalt des türkischen ARD-Gemeinschaftsprogrammes nach Programmsparten	114
13	Nutzungshäufigkeiten der ARD-Gemeinschaftsprogramme	119
14	Mediadaten der analysierten türkischen Zeitungen	133
15	Das Verhältnis der Seitenzahl bei den Original- bzw. Europaausgaben sowie deren eigenständiger Umfang bei:	163
16	Die dominierenden Anzeigenbereiche (nach Beitragzahl und Umfang in Prozent)	166
17	Verteilung der Anzeigen nach Firmen (nach Beitragzahl und Umfang in Prozent)	167
18	Anteil der jeweiligen Redaktionen und Leser an der Herstellung der eigenständigen Teile der Europaausgaben (nach Beitragzahl und Umfang in Prozent)	169
19	Verteilung der Textbeiträge nach allgemeinen Themenbereichen (nach Anzahl der Beiträge und Umfang in Prozent)	171
20	Verteilung der Textbeiträge nach Feinthemen (nach Anzahl der Beiträge und Umfang in Prozent)	172
21	Örtlicher Bezug der Textbeiträge (nach der Anzahl der Beiträge und dem Umfang in Prozent)	175
22	Verteilung der Heimatbeiträge ohne Bezug auf die Gastarbeiter nach Feinthemen (nach umfangmäßiger Rangordnung)	177

Tab. Nr.		Seite
23	Die Verteilung der reinen Deutschlandbeiträge nach Feinthemen insgesamt (nach Anzahl der Beiträge und Umfang)	179
24	Verteilung der Gastarbeiter bezogenen Deutschlandbeiträge nach ihrer Relevanz für die Gastarbeiter im einzelnen (nach Anzahl der Beiträge und Umfang insgesamt)	181
25	Verteilung der Gastarbeiter bezogenen Deutschlandbeiträge nach Feinthemen (nach umfangmäßiger Rangordnung)	182
26	Aufschlüsselung der Textbeiträge nach ihren Funktionen (nach Anzahl der Beiträge und Umfang in Prozent)	186
27	Verteilung der Kommentare bezüglich ihrer Relevanz für die türkischen Gastarbeiter (nach Anzahl der Beiträge und Umfang)	189
28	In Leserbriefen behandelte Themen (nach Anzahl und umfangmäßige Rangreihen)	190

LEBENS LAUF

Name	Mehmet, Güngör, AKTAN
Vater	Sait AKTAN
Mutter	Sabiha AKTAN
geboren am	13. 3. 1948
in	Kozan-Adana
Schulausbildung	Volks- und Mittelschule, Abitur 1965 im staatlichen Gym- nasium in Akşehir - Türkei
Studium	1966 - 1970 an der Hochschule für Publizistik der Fakultät für politische Wis- sensschaften der Universität Ankara 1973 - 1979 Promotionsstudium an der Ludwig- Maximilians-Universität München, Fachrichtung Zeitungswissenschaft

Herrn Prof. Dr. Dr. Otto B. Roegele möchte ich an dieser Stelle für die Überlassung des Themas danken.

Mein besonderer Dank gilt Herrn Dr. Hans Jürgen Weiß für die hilfreiche Betreuung bei Abfassung meiner Arbeit.

